

Josiane Meier

Von Autobahnauffahrten und Szenekneipen

Theorien und Forschung zu Standortwahl und Standortfaktoren
Eine Wissenschaft des Ungefährten im Mantel der Genauigkeit?



GRAUE REIHE DES
INSTITUTS FÜR STADT- UND REGIONALPLANUNG
Technische Universität Berlin

FORUM STADT- UND REGIONALPLANUNG E.V.
Herausgeber der Schriftenreihe

Heft 32
Berlin 2011

Die Beiträge der Grauen Reihe dienen der zeitnahen Publikation von Arbeiten im Internet, die aktuelle wissenschaftlich oder planungsbezogen relevante Themen angehen und sich mit unterschiedlichen Positionen in Politikbereichen der Stadt- und Regionalplanung, Stadtgeschichte und Stadtentwicklung, des Wohnungswesens und des Planungs- und Baurechts auseinandersetzen. In dieser Reihe finden Sie u. a. Diplomarbeiten, Tagungs- und Veranstaltungsdokumentationen oder Forschungsberichte.

HERAUSGEBER DER GRAUEN REIHE
Forum Stadt- und Regionalplanung e.V.
c/o Institut für Stadt- und Regionalplanung
Sekretariat B7
Hardenbergstr. 40a, 10623 Berlin
▷ www.isr.tu-berlin.de

VERLAG UND VERTRIEB
Universitätsverlag der Technischen Universität Berlin
Universitätsbibliothek im VOLKSWAGEN-Haus
Fasanenstraße 88, 10623 Berlin
▷ publikationen@ub.tu-berlin.de

LAYOUT
Josiane Meier

TITELBILD
Corey Templeton, <http://www.flickr.com/photos/coreytempleton/>

PRODUKTION UND UMSCHLAGGESTALTUNG
Susanne Müller
Publikationsstelle
Institut für Stadt- und Regionalplanung
▷ publikationen@isr.tu-berlin.de

Josiane Meier

Von Autobahnauffahrten und Szenekneipen

Theorien und Forschung zu Standortwahl und Standortfaktoren

Eine Wissenschaft des Ungefähren im Mantel der Genauigkeit?

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	7
1.1	Kontext und Aktualität des Themas	7
1.2	Fragestellungen und Fokus	7
1.3	Methodik und Aufbau	8
2	Geschichtlicher und Theoretischer Hintergrund.....	9
2.1	Geschichtliche Entwicklung der Forschung und Theoriebildung	10
2.2	Modelle und Theorien zur Standortverteilung	11
2.2.1	Modelle der Landnutzung – von Thünen.....	13
2.2.2	Industriestandorttheorie – Weber.....	14
2.2.3	Städtesysteme und Marktnetze – Lösch	16
2.2.4	Neoklassische Gleichgewichtsmodelle – Isard	17
2.2.5	Neuere Gleichgewichtsmodelle – Krugman	18
2.3	Ansätze zur Erklärung der Standortwahl	19
2.3.1	Unvollkommenheit der Informationsgrundlage und begrenzte Rationalität.....	19
2.3.2	Die Rolle der Unternehmensgröße	20
2.3.3	Die Rolle der Mobilitätskosten.....	21
2.3.4	Widersprüchliche Zielstellungen und Satisficing Behaviour	21
2.4	Abschließende Bemerkungen.....	22
3	Standortfaktoren und Standortentscheidungen.....	23
3.1	Definitionen von Standortfaktoren	23
3.2	Unterscheidungsmöglichkeiten von Standortfaktoren	23
3.3	Zeitliche Dynamik von Standortfaktoren	26
3.4	Unternehmerische Standortentscheidungen	27
3.4.1	Arten von Standortentscheidungen.....	28
3.4.2	Gründe für Standortentscheidungen	30
3.4.3	Phasen von Standortentscheidungsprozessen.....	31
3.4.4	Verfahren in Standortentscheidungsprozessen	31
3.5	Abschließende Bemerkungen.....	33

4	Kontext, Ansätze und Stand der Forschung	34
4.1	Kontext: Wirtschaft und Gesellschaft im Wandel	34
4.2	Thesen: Entwicklung von Standortfaktoren und Standortwahl	40
4.3	Ansätze: Ermittlung von Standortfaktoren	42
4.4	Forschung: Standortfaktoren-Studien der letzten Jahre	45
4.4.1	Bandbreite und Vergleichbarkeit	47
4.4.2	Generelle Tendenzen	50
4.4.3	Einzelne Aspekte	51
4.4.3.1	Im Fokus: Verarbeitendes Gewerbe	51
4.4.3.2	Im Fokus: Unternehmensorientierte Dienstleistungsunternehmen	53
4.4.3.3	Im Fokus: Transport/Logistik	54
4.4.3.4	Im Fokus: Kreativwirtschaft	56
4.4.3.5	Im Fokus: Unternehmensgröße	58
4.4.3.6	Im Fokus: Räumliche Betrachtungsebenen	60
4.5	Forschung: Standorttypen-Studien der letzten Jahre	62
4.5.1	Bandbreite und Vergleichbarkeit	63
4.5.2	Einzelne Aspekte in Bezug auf Kultur- und Kreativwirtschaft	64
4.5.2.1	Im Fokus: Zentralität	64
4.5.2.2	Im Fokus: Konzentrationsdifferenzen	66
4.5.2.3	Im Fokus: Nutzungsmischung	67
4.5.2.4	Im Fokus: Standortfaktorenbündel	67
4.6	Die Thesen im Lichte empirischer Befunde	69
4.7	Abschließende Bemerkungen	79
5	Abschließende Betrachtung und Empfehlungen	81
6	Quellenverzeichnis	87
7	Anhang	91
7.1	Anhang 1: Standortfaktoren-Studien	
7.2	Anhang 2: Standorttypen-Studien	
7.3	Anhang 3: Standortfaktoren und räumliche Ebenen	

1 Einleitung

1.1 Kontext und Aktualität des Themas

Die unternehmerische Standortwahl in all ihren Facetten, zu denen Neuerrichtungen ebenso gehören wie Erweiterungen, Rückbau, Verlagerungen und Schließungen, hat erheblichen Einfluss auf die Entwicklung von Städten und Regionen. Dieser Einfluss manifestiert sich in zahlreichen Dimensionen: Dazu gehören sozioökonomische Auswirkungen – von Einflüssen auf Beschäftigungs- und Bevölkerungsentwicklung bis hin zu Steuereinnahmen und Bodenpreisentwicklung – ebenso wie baulich-räumliche Effekte – von Konsequenzen für Flächennutzung und Infrastruktur bis hin zu Einflüssen auf die Siedlungsentwicklung und das Stadtbild – und nicht zuletzt auch Auswirkungen auf Innovationspotenziale sowie das Selbstverständnis und Image einer Stadt oder Region.

Vor dem Hintergrund derart vielschichtiger und weit reichender Einflüsse der unternehmerischen Standortwahl und angesichts der kommunalen und regionalen Standortkonkurrenz sind der Bedarf an wissenschaftlich fundierten Erkenntnissen und das Interesse an (kommunal-)politischer Handlungsorientierung groß. Dies wird besonders deutlich an der Vielzahl von Studien und thesenhaft formulierten Überlegungen zur unternehmerischen Standortwahl sowie an der Häufigkeit darauf basierender Argumentationen, etwa im Rahmen kommunaler Entwicklungskonzepte.

Die Prozesse der unternehmerischen Standortwahl sind allerdings trotz der bereits 200 Jahre währenden theoretischen Auseinandersetzung sowie zahlreicher empirischer Studien längst nicht abschließend geklärt. Hinzu kommt, dass durch fortlaufende, tief greifende und komplexe Veränderungen der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen – stellvertretend sei an dieser Stelle auf Prozesse der Globalisierung, des wirtschaftlichen Strukturwandels und des demografischen Wandels verwiesen – immer wieder neue Fragen aufgeworfen und veränderte Herausforderungen gestellt werden.

Als ein Ansatz zur Operationalisierung von Prozessen der Standortwahl spielen Standortfaktoren sowohl in der theoretischen Auseinandersetzung mit der unternehmerischen Standortwahl als auch in deren empirischer Erforschung und darauf basierenden Handlungsansätzen und Argumentationen eine prominente Rolle. So entstanden in den letzten Jahren zahlreiche Studien zur unternehmerischen Standortwahl, in denen Standortfaktoren den zentralen Untersuchungsgegenstand oder einen von mehreren Untersuchungsgegenständen darstellen.

1.2 Fragestellungen und Fokus

Ziel der vorliegenden Arbeit ist einerseits die Auseinandersetzung mit Theorien zur unternehmerischen Standortwahl und andererseits die Analyse aktueller Ergebnisse der Standortfaktoren-Forschung vor dem Hintergrund wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen. Dabei geht es nicht zuletzt um die Frage, inwiefern auf Basis einer Betrachtung von Studien der letzten Jahre Erkenntnisse bezüglich der Bedeutungsentwicklung von Standortfaktoren im Allgemeinen und für verschiedene Branchen und Unternehmenstypen im Besonderen gewonnen werden können.

Besondere Aufmerksamkeit gilt dabei den Standortfaktoren kleiner und mittlerer Unternehmen in Deutschland sowie den Standortfaktoren, die für die unternehmerische Standortwahl auf lokaler

bis regionaler, d.h. auf kleinräumiger, Ebene eine Rolle spielen¹. Nicht im Detail betrachtet werden Auseinandersetzungen, die sich schwerpunktmäßig oder ausschließlich mit der überregionalen bis internationalen Standortwahl und den Standortfaktoren von großen – häufig multinationalen – (Mehrbetriebs-)Unternehmen beschäftigen.

1.3 Methodik und Aufbau

Die Inhalte dieser Arbeit basieren im Wesentlichen auf einer breiten Literaturrecherche. Herangezogen wurden dazu in erster Linie Veröffentlichungen der letzten fünfzehn Jahre, in denen Standortfaktoren direkt oder indirekt thematisiert werden. Dies schließt theoretische Auseinandersetzungen mit dem Themenkomplex der unternehmerischen Standortwahl sowie zahlreiche empirische Studien zu Standortfaktoren und Standorttypen ebenso ein wie Publikationen zum wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandel.

Kernstücke der Arbeit sind die Kontextualisierung, Untersuchung und Bewertung von Standortfaktoren-Studien und die ergänzende Betrachtung von Forschungsarbeiten zu Standorttypen im Sinne einer systematischen Übersicht. Die zentralen Ergebnisse der betrachteten Standortfaktoren-Studien wurden für diese Arbeit um die wesentlichen Rahmendaten der jeweiligen Untersuchung ergänzt und in tabellarischer Form im Überblick dargestellt. Die untersuchten Studien wurden kritisch im Hinblick auf Aussagekraft, Bandbreite und Vergleichbarkeit analysiert und ihre empirischen Ergebnisse wurden in der Fachliteratur formulierten Zukunftserwartungen gegenübergestellt.

Diese Arbeit ist in sieben Abschnitte gegliedert. Auf die Einleitung folgt in Kapitel 2 zunächst ein geschichtlicher Abriss zur Entwicklung von Forschung und Theoriebildung sowie eine Betrachtung verschiedener theoretischer Modelle und Erklärungsansätze zur unternehmerischen Standortverteilung und Standortwahl. In Kapitel 3 werden Definitionen und Unterscheidungsmöglichkeiten von Standortfaktoren ebenso thematisiert wie Arten, Gründe und Prozesse unternehmerischer Standortentscheidungen.

Vor dem Hintergrund dieser Betrachtungen folgt in Kapitel 4 eine Auseinandersetzung mit der empirischen Forschung der letzten Jahre. Ausgehend von einem Umriss wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Veränderungen werden gegenwärtige Thesen und Erwartungen zur Entwicklung von Standortfaktoren und der unternehmerischen Standortwahl dargestellt. Auf eine Beleuchtung gängiger Forschungsansätze folgt daraufhin eine eingehende Auseinandersetzung mit Standortfaktoren-Studien und – mit ergänzendem Charakter und daher exemplarischer – Standorttypen-Studien der letzten Jahre. Die Ergebnisse der betrachteten Studien werden am Ende des Kapitels in Bezug zu den dargestellten Thesen gesetzt.

Eine abschließende Betrachtung der Thematik findet sich in Kapitel 5, das in Empfehlungen für die Weiterentwicklung der Auseinandersetzung mit Standortfaktoren mündet. Im Anschluss an das Quellenverzeichnis finden sich im Anhang Tabellen zu Standortfaktoren- und Standorttypen-Studien sowie zur Einteilung von Standortfaktoren nach unterschiedlichen räumlichen Ebenen.

¹ Beide Fokussierungen erlauben jedoch nur eine ungefähre Beschränkung: Dies liegt an sehr uneinheitlichen Ansatzpunkten und Differenzierungen in den betrachteten Studien und – in Bezug auf die räumliche Betrachtungsebene – an mangelnden allgemeingültigen Definitionen.

2 Geschichtlicher und Theoretischer Hintergrund

Die Begriffsprägung und die Untersuchung der Rolle von Standortfaktoren hat ihren Ursprung in der Auseinandersetzung mit der Frage nach der räumlichen Verteilung von Standorten². Diese Frage befindet sich im Schnittbereich mehrerer Disziplinen und wird mit unterschiedlichen Hintergründen, Ausrichtungen und Herangehensweisen bearbeitet. Deutlich zeigen dies die zahlreichen, seit dem frühen 19. Jahrhundert formulierten Erklärungsansätze: Sie unterscheiden sich u.a. durch eher normative oder positive Ausrichtungen, eher induktive, deduktive oder heuristische Vorgehensweisen, in ihren räumlichen Betrachtungsebenen und in ihrer unterschiedlich stark betonten interdisziplinären bzw. wirtschaftswissenschaftlichen, geografischen oder auch verhaltensforscherischen Orientierung. Die Grenzen zwischen diesen Herangehensweisen verlaufen fließend und werden in der Fachliteratur entsprechend unterschiedlich interpretiert³ – eine eindeutige Kategorisierung dieser bunten Palette von Erklärungsansätzen erscheint kaum möglich. Zum Zwecke dieser Arbeit werden die betrachteten Ansätze in zwei – gegeneinander ebenfalls nicht scharf abgrenzbare – Gruppen geteilt:

- (1) Modelle und Konzepte, bei denen v.a. die „optimale“ oder idealtypische Verteilung von Unternehmen oder wirtschaftlichen Aktivitäten im Raum im Vordergrund steht. Sie sind in der Regel wirtschaftswissenschaftlich-geografisch geprägt und werden u.a. von Krieger-Boden der Raumwirtschafts- bzw. Standorttheorie⁴ zugeordnet (Krieger-Boden 2004: 899). Häufig liegen ihnen Berechnungen mit unterschiedlichen Variablen zugrunde. Auf sie wird in Kapitel 2.2 zu Modellen und Theorien zur Standortverteilung eingegangen.
- (2) Ansätze, die v.a. das tatsächliche, oft „suboptimale“ Standortwahlverhalten von Unternehmen in den Mittelpunkt stellen und versuchen zu erklären. Diese werden aufgrund ihrer häufigen Nähe zu den Verhaltenswissenschaften u.a. von Maier/Tödtling als „behavioristische Ansätze“ bezeichnet und sind meist durch ein induktives Vorgehen geprägt (Maier/Tödtling 2006: 25ff). Sie werden im Rahmen des Abschnitts zu Ansätzen zur Erklärung der Standortwahl (Kapitel 2.3) betrachtet.

Bevor weiter auf die beiden Gruppen und einige ihrer Ansätze eingegangen wird, erfolgt zunächst eine kurze geschichtliche Betrachtung der Auseinandersetzung mit Standortfragen.

² Untersuchungsgegenstand waren und sind neben unternehmerischen Standorten u.a. auch solche von Privathaushalten, öffentlicher Einrichtungen und Städten. Im Rahmen dieser Arbeit liegt der Fokus auf den Auseinandersetzungen mit der räumlichen Verteilung unternehmerischer Standorte.

³ U.a. werden bestimmte Ansätze sogar gegensätzlich eingeordnet – so wird etwa die Theorie der Zentralen Orte von Christaller je nach Quelle als induktiv (z.B. McCann 2001: 72) oder deduktiv (z.B. Maier/Tödtling 2006: 139) beschrieben, während zahlreiche Ansätze unterschiedlich als normativ oder positiv eingeteilt werden. Auch die Einschätzungen darüber, welche Ansätze als Theorien zu bezeichnen sind, divergieren.

⁴ Die Raumwirtschaftstheorie kann generell als „ökonomische Theorie mit räumlicher Dimension“ (Krieger-Boden 2004: 899) bezeichnet werden. Als ihr ältester Teilbereich stellt die Standorttheorie die Frage nach der räumlichen Verteilung von Standorten und wird u.a. als „wissenschaftliche Grundlage der Standortentscheidungen“ (Schöler 2004: 1109) gesehen. Alternativ werden diese Modelle und Theorien auch der Stadt- und Regionalökonomie zugeordnet (z.B. Maier/Tödtling 2006).

2.1 Geschichtliche Entwicklung der Forschung und Theoriebildung

Seit ihren Anfängen im frühen 19. Jahrhundert durchläuft die Theoriebildung zur und die Erforschung der unternehmerischen Standortwahl einen Prozess des Wandels und der Ausdifferenzierung, der die jüngeren Abschnitte der wirtschaftlichen Entwicklung widerspiegelt. So widmeten sich die ersten Theorien zu Beginn des 19. Jahrhunderts – die Zeit des Übergangs von der feudalen Selbstversorgungswirtschaft zum Agrarkapitalismus – den Standorten der landwirtschaftlichen Produktion. Ab Mitte des 19. Jahrhunderts – die Industrialisierung setzte verstärkt ein – wurden die Standorte von Industrieunternehmen zum dominierenden Thema. Ab den 1920er Jahren – im Zuge der fortschreitenden Industrialisierung wuchs die Bedeutung des tertiären Sektors – wandte sich die Aufmerksamkeit zunehmend den Standorten von Dienstleistungsunternehmen zu (vgl. Grabow et al. 1995: 73-79; Fasse 1999; Ploetz 1998: 690f).

Ebenfalls in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts begann die Betrachtung dieser sektorspezifischen Theorien in einem breiteren, gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang: Gesucht wurden Erklärungen für die räumliche Verteilung nicht nur von Betrieben, sondern auch von Konsum-, Wohn- und Arbeitsorten in ihren gegenseitigen Abhängigkeiten. Diese Bemühungen wurden bis in die 1960er Jahre fortgesetzt. Dabei gewann neben dem tertiären Sektor auch die Untersuchung der Verteilung von Infrastrukturen, anderen Einrichtungen der öffentlichen Hand und Bürostandorten zunehmend an Bedeutung. Ebenfalls ab den 1960er Jahren wurden die bislang v.a. wirtschaftswissenschaftlich-geografisch geprägten Erklärungsansätze zunehmend durch jene mit verhaltenswissenschaftlicher Orientierung ergänzt (vgl. Grabow et al. 1995: 74; Schöler 2004: 1109; Maier/Tödtling 2006: 25f). Aufgrund der sehr eingeschränkten praktischen Anwendbarkeit der Theorien und Modelle wurden in den 1970er Jahren groß angelegte flächendeckende Befragungen durchgeführt, um auf empirischem Wege die Standortwahl weiter zu ergründen. Seither „... dominieren Problembearbeitungen „im kleinen“ mit Gutachtercharakter: Standortfaktorenkataloge werden zwar auch heute noch erstellt, aber nur für begrenzte Räume und mit begrenztem Zeithorizont“ (Schönebeck 1996: 18; vgl. auch Grabow et al. 1995: 74).

Während weiterhin zahlreiche Untersuchungen zur Standortwahl von Produktions- und Dienstleistungsunternehmen verschiedener Art durchgeführt werden, haben in jüngster Zeit insbesondere zwei Themen Konjunktur: Seit den 1990er Jahren wird verstärkt die Standortwahl von Unternehmen und Einrichtungen untersucht, die der Wissensökonomie zugeordnet werden, und seit der Jahrtausendwende gilt das Interesse zunehmend auch der räumlichen Verteilung von Akteuren aus dem Bereich der Kreativwirtschaft.

2.2 Modelle und Theorien zur Standortverteilung

„Eine allgemeingültige Theorie der räumlichen Differenzierung fehlt bis heute und wird aufgrund der Komplexität der Materie mit großer Wahrscheinlichkeit auch weiterhin ausbleiben.“ (Bodenmann 2005: 3) Was Bodenmann für die räumliche Differenzierung im Allgemeinen feststellt, gilt auch für die unternehmerische Standortverteilung im Besonderen: Die Modelle und Konzepte sind zwar zahlreich, können aber jeweils nur Bruchstücke zum Verständnis der Realität beitragen – und sie passen nicht zwingend zueinander. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass von der hochkomplexen Wirklichkeit abstrahiert, d.h. die Zahl der betrachteten Größen eingeschränkt und Grundannahmen getroffen werden müssen. Hinzu kommen praktische Probleme bei der empirischen Überprüfung (siehe dazu auch Kapitel 4), sodass in der Regionalökonomie gegenläufige theoretische Orientierungen – und daraus abgeleitete Modelle – Bestand haben⁵ (vgl. Bodenmann 2005: 2; Schönebeck 1996: 17).

Tabelle 1 bietet – ohne Anspruch auf Vollständigkeit – einen Überblick einiger raumwirtschaftstheoretischer Ansätze, die nach ihren Grundannahmen bzw. Themengebieten gruppiert wurden (beides in Anlehnung an Bodenmann 2005). Zusätzlich werden danach fünf Konzepte umrissen. Ausschlaggebend für die Auswahl der näher vorgestellten Ansätze war die explizite Berücksichtigung der räumlichen Dimension, der Bezug zur Rolle von Standortfaktoren sowie die Zugehörigkeit zu unterschiedlichen Typengruppen und historischen Abschnitten.

⁵ Als „typisches Beispiel“ nennt Bodenmann hierfür „... die widersprüchlichen Ergebnisse aus dem neoklassischen Wachstumsmodell und die polarisationstheoretischen Ansätze ...“ (Bodenmann 2005: 2).

Tab. 1: Ansätze zur Erklärung der Standortwahl und darin betrachtete Einflussgrößen⁶

Modell/Konzept <i>auf die <u>unterstrichenen</u> Ansätze wird im Text eingegangen</i>	Modellvariablen													
	(Standort)Faktoren										Nutzungen			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	Lage-/Grundrente	Preis Endprodukt	Produktionskosten	Transportkosten	Zentralität	Größenvorteile	Agglomerationsvorteile	Staatliche Eingriffe	Standorteigenschaften	Weitere Faktoren	Wohnbevölkerung	1. Wirtschaftssektor	2. Wirtschaftssektor	3. Wirtschaftssektor
NEOKLASSISCHE MODELLE DER LANDNUTZUNG														
<u>von Thünen (1842)</u>	A	E	E	E								n		
Burgess (1925)	A	E	E	E							E		E	E
Geiger (1973)	A			E				E	E		E ^a		E ^a	E ^a
NEOKLASSISCHE INDUSTRIESTANDORTTHEORIE														
Launhardt (1882)		A	E	E									n	
<u>Weber (1909)</u>	E	A ^c		E ^d		E	E			E	E ^e		n	
Smith (1971)	A ^f	E	E	E		E	E			E	E		E	
STÄDTESYSTEME & MARKTNETZE														
Christaller (1933)					A									E
<u>Lösch (1940)</u>	E				A	E	E ^b						E	E
Zipf (1949)					A						E		n	n
NEOKLASSISCHE GLEICHGEWICHTSMODELLE														
<u>Isard (1956)</u>		G		G		G	G	G			G		n	n
von Böventer (1962)		G		G		G	G				G ^e		G	G
POLARISATIONSTHEORETISCHE ANSÄTZE														
Perroux (1964)										E				
WETTBEWERBSFÄHIGKEIT														
Porter (1990)			E			E	E	E		E			E	E
GLEICHGEWICHTSMODELLE MIT NEOKLASSISCHEN & POLARISATIONSTHEORETISCHEN ELEMENTEN														
<u>Krugman (1995)</u>		G	G	G		G	G			G		G	G	
v.d. Bergh et al. (1996)		G	G	G		G	G	G		G	G	G	G	G

A – Abhängige Variable // G – Gleichgewicht // E – Erklärende Variable // n – Nutzung, die implizit erklärt werden soll

Erläuterungen:

- 1 Lage- und Grundrente sowie Bodenpreise, Mietpreise
- 2 Preis Endprodukt inkl. dem Arbeitsaufwand
- 3 Produktionskosten allgemein
- 4 Generalisierte Transportkosten: inkl. Erreichbarkeit
- 5 Zentralität im Sinne von zentralen Einrichtungen (vgl. Modell von Christaller)
- 6 Interne Skaleneffekte (economies of scale)
- 7 Externe Skaleneffekte (localization economies und urbanization economies)
- 8 Staatliche Aktivitäten wie Steuer, Gesetzgebung, Subventionen, Infrastruktur
- 9 Standorteigenschaften wie Hangneigung, Exposition, Aussicht, Wohnqualität
- 10 Weitere Agglomerationsfaktoren

- a In der Berechnung der Erreichbarkeit berücksichtigt
- b Externe Ersparnisse in der Herleitung erwähnt, im Modell aber nicht berücksichtigt
- c Mit explizitem Einbezug der Arbeitskosten
- d Mit explizitem Einbezug der Transportkostenansätze
- e Bevölkerungsdichte
- f Gewinnzone

⁶ Eigene Adaption auf Grundlage von Bodenmann 2005: 36f.

2.2.1 Modelle der Landnutzung – von Thünen

Eine der ersten Standorttheorien veröffentlichte 1826 von Thünen. Darin widmete er sich der Frage nach der optimalen Nutzung einer landwirtschaftlichen Fläche (im Sinne des größten erzielbaren Gewinns, also der höchstmöglichen Lagerente⁷) in Abhängigkeit von ihrer Entfernung zum Absatzmarkt und damit in Abhängigkeit von den Transportkosten (vgl. Krieger-Boden 2004: 899). Grundannahme der Überlegungen ist ein isolierter Staat, in dessen Zentrum sich eine einzige Stadt befindet, die von einer weiten, gleichmäßig fruchtbaren Ebene umgeben ist, an die wiederum „unkultivierte Wildnis“ grenzt. Der Staat verfügt über keine schiffbaren Wasserwege, sodass die agrarischen Produkte des Umlandes zum Verkauf auf dem einzigen Absatzmarkt (der Stadt) über Land transportiert werden müssen⁸ (vgl. von Thünen 1966: 1).

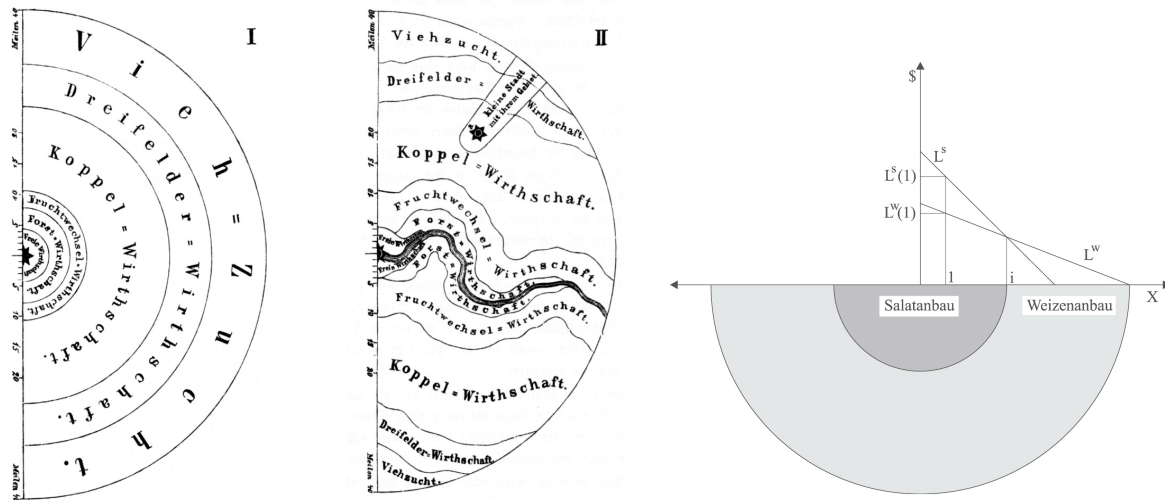
Ergebnis der Untersuchung war ein Modell konzentrischer ringförmiger Zonen, die sich um die Stadt in ihrer Mitte anordnen und in denen jeweils die Produktion eines bestimmten Gutes (oder einer Gütergruppe) vorherrscht (siehe Abb. 1). Die Anordnung der Nutzungsringe und die Position ihrer Grenzen ermittelte von Thünen zum einen anhand der jeweiligen maximal erzielbaren Lagerente des Bodens, d.h. anhand des höchst möglichen Betrages, der nach Abzug der Produktions- und Transportkosten von dem erzielbaren Erlös eines bestimmten landwirtschaftlichen Produktes übrig bleibt. Zum anderen berechnete er die Entfernung von der Stadt, ab der die Produktion eines Erzeugnisses nicht mehr lohnt (oder gar Verluste bringt), da die Lagerente gleich oder kleiner Null ist. Durch Überlagerung der daraus abgeleiteten Lagerentenkurven verschiedener Produkte (siehe Abb. 1) entstand ein erstes Zentrum-Peripherie-Modell, das sowohl für die mit zunehmender Entfernung zum Zentrum sinkenden Bodenpreise als auch für die damit zusammenhängende Abnahme der Dichte und Unterschiedlichkeit wirtschaftlicher Aktivitäten eine Erklärung bietet (vgl. von Thünen 1966: 2, 5ff, 36f; Krieger-Boden 2004: 899; McCann 2001:94-99; Maier/Tödtling 2006: 123-126).

Die Erkenntnisse von Thünens wurden später u.a. von Burgess (1925), Alonso (1964) und Frey (1990) auf die Nutzungsverteilung in Städten übertragen: Es entstanden Stadtstrukturmodelle mit konzentrischen Bodennutzungskreisen, deren Anordnung sich aus den unterschiedlichen Rentengebotskurven ergeben (vgl. Bodenmann 2005: 18; Krieger-Boden 2004: 899; Maier/Tödtling 2006: 128-134).

⁷ Von Thünen verwendet hierfür den Begriff der Landrente, den er wie folgt definiert: „Was nach Abzug der Zinsen vom Werth der Gebäude, des Holzbestandes, der Einzäunungen und überhaupt aller Werthgegenstände, die vom Boden getrennt werden können, von den Gutseinkünften noch übrig bleibt, und somit dem Boden an sich angehört, nenne ich Landrente“ (von Thünen 1966: 14). Nach Maier/Tödtling „... repräsentiert [die Lagerente] den potentiellen Gewinn, den der Produzent mit einem bestimmten Gut bei einem bestimmten Marktpreis dann erzielen kann, wenn ihm der Boden kostenlos zur Verfügung steht.“ (2006: 123)

⁸ Von Thünens Modell wird zu denen der neoklassischen Ansätzen gezählt (siehe auch Tabelle 1). Zu den Charakteristischen Grundannahmen neoklassischer Modelle gehören neben dem erwähnten „Homo oeconomicus“ insbesondere die Bedingungen vollkommener Konkurrenz, in der Regel gekennzeichnet durch vollkommene Transparenz/Information sowie die vollkommene Möglichkeit der Nutzung dieser Information, keine Mobilitätshemmnisse und „atomistische“ Märkte (vgl. Maier/Tödtling 2006: 24; Healey/Illbery 1990: 23).

Abb. 1: Von Thürens landwirtschaftliche Nutzungszonen ohne und mit einem schiffbaren Fluss, Lagerentenkurven und Produktionsgebiete bei zwei Gütern



Quelle: von Thünen 1966: 390, 391

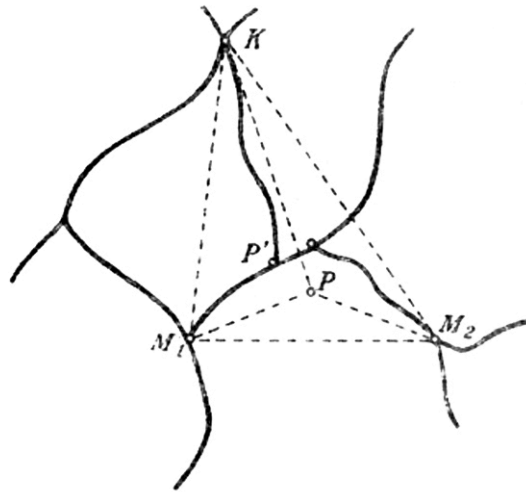
Quelle: Maier/Tödtling 2006: 125

2.2.2 Industriestandorttheorie – Weber

Auf den Arbeiten von Launhardt⁹ aufbauend entwickelte Weber (1909) eine Theorie des transportkostenminimalen Standorts für die Industrie. Dabei geht er von einem Unternehmen aus, dessen zu optimierende Wettbewerbsfähigkeit allein durch die Minimierung der Transportkosten bestimmt wird, da Produktionsmenge, Produktionstechnik und Preis der Produkte gegeben sind. Die Transportkosten sind linear abhängig vom Gewicht der transportierten Ware und der Transportentfernung. In diese beiden Größen werden alle weiteren „noch mitwirkenden Transportkostenfaktoren“ eingerechnet (Weber 1922: 41). Neben den Transportkosten des Produktes zum Absatzort fließen auch jene des Rohmaterials zum Produktionsort in das Modell mit ein (vgl. McCann 2001: 7; Bodenmann 2005: 19; Weber 1922: 15ff, 40, 49; Maier/Tödtling 2006: 45ff). Ausgehend von den Lagen der „Konsumplätze auf der einen Seite“ und der „Material- und Kraftstofflager auf der anderen Seite“ wird daher auf regionaler Ebene nach dem „tonnenkilometrischen Minimalplatz“ für die Produktion gesucht (Weber 1922: 49).

⁹ 1882 veröffentlichte Launhardt „Die Bestimmung des zweckmässigsten Standortes einer gewerblichen Anlage“. Das darin beschriebene Modell ist formell von Thürens Ansatz ähnlich, der Ausgangspunkt ist jedoch entgegengesetzt: statt des Marktes ist der Anbieter räumlich konzentriert und verteilt seine Produkte in der Fläche. Der „zweckmässigste Standort“ wird durch die größte Wettbewerbsfähigkeit (bzw. Marktausdehnung) des Unternehmens identifiziert. Diese wird durch den Preis des Produktes bestimmt, der allein von den Transportkosten des Produktes zum Markt und den Produktionskosten abhängt (Bodenmann 2005: 19).

Abb. 2: Beispiel für mathematisch idealen und durch das Straßennetz beeinflussten tatsächlichen Produktionsort (P, P') im Dreieck aus zwei Materiallagern (M_1, M_2) und dem Konsumort (K) nach Weber



Quelle: Weber 1922: 81

Dieses Grundmodell erweiterte Weber durch die in seiner Herleitung bestimmten „regionalen Standortfaktoren jeder Industrie“ (Weber 1922: 33). So werden zusätzlich zu den Transportkosten (und der darin eingerechneten unterschiedlichen „Preishöhe der Materiallager“) zwei Faktoren betrachtet, die zu „Deviationen“ vom transportkostenoptimierten Standort führen: der „Arbeitskostenfaktor“ und der „Agglomerationsfaktor“ (Weber 1922: 33-35). Letzterer bezieht sich auf die gemeinsame Wirkung verschiedener Faktoren, die zu Agglomerations- bzw. Deglomerations-tendenzen führen (u.a. Fühlungsvorteile durch räumliche Nähe zu Zulieferern und Dienstleistern respektive Bodenpreise¹⁰). Aufgrund ihrer Abhängigkeit von der Größe einer Stadt bzw. eines Industriestandortes werden sie in einer Agglomerationsfunktion zusammengefasst. Diese ist wiederum auf die Einflussgrößen Bevölkerungsdichte, Transportkostensätze und des durch Bearbeitung erzeugten Mehrwerts des Produktes bestimmt (vgl. Weber 1922: 19; Bodenmann 2005: 19f).

Webers Modell wurde von Smith (1971) weiterentwickelt und modifiziert, sodass u.a. nicht mehr nur ein gewinnoptimaler Standort sondern auch eine räumlich definierte Gewinnzone identifiziert werden kann, die suboptimale Standorte mit einbezieht (vgl. Bodenmann 2005: 20).

¹⁰ In Kontrast zu von Thürens landwirtschaftlichem Modell sind in Webers Modell die regionalen Differenzen in den Kosten des Bodens wenig bedeutsam für die Standortwahl von Industriebetrieben (nur geringe Auswirkung auf die Produktpreise) – die Differenzen innerhalb von Agglomerationen sind jedoch durchaus von Bedeutung (Einbezug im Rahmen des Agglomerationsfaktors) (vgl. Weber 1922: 30f).

2.2.3 Städtesysteme und Marktnetze – Lösch

Wie auch Christaller¹¹ befasste sich Lösch (1940) mit dem Phänomen der Städtesysteme, also mit den räumlichen Anordnungen unterschiedlich großer Städte, die vielerorts eine gewisse Regelmäßigkeit aufweisen und unter dem Einfluss gleichzeitig wirkender Tendenzen zur Agglomeration und Dispersion stehen (vgl. McCann 2001: 71f). Ausgegangen wird u.a. von einer homogenen Ebene (auch bezüglich der Produktionsfaktoren) mit überall gleicher verkehrlicher Anbindung sowie gewinnmaximierenden Produzenten und nutzenmaximierenden Konsumenten; letztere sind gleichmäßig über die Ebene verteilt. Es herrscht Konkurrenz und die Unternehmen einer Gattung erzeugen jeweils einheitliche Produkte zu einheitlichen Ab-Werk-Preisen, sodass Preisdifferenzen für ein Produkt lediglich durch die Transportkosten (vom Produktions- zum Absatzort) zustanden kommen (vgl. Maier/Tödtling 2006: 139; McCann 2001: 73-76).

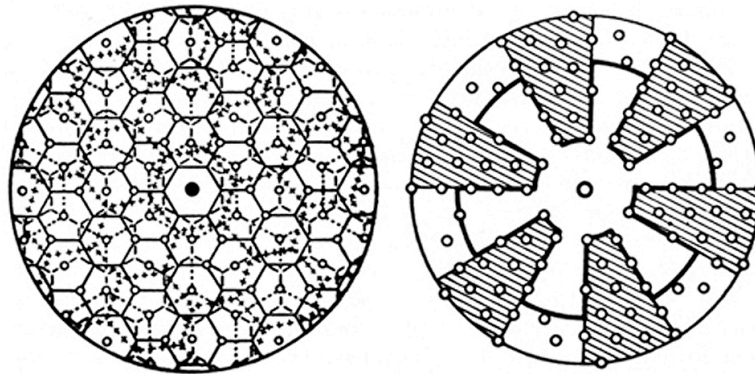
Zentrale Grundlage der Untersuchung bilden Überlegungen zur Reichweite verschiedener Güter¹², aus denen die Mindest- und Maximalgröße von Marktgebieten für unterschiedliche Produkte (und damit ihrer jeweiligen Unternehmen) abgeleitet werden können. Aufgrund der herrschenden Konkurrenz liegen die Produzenten eines Gutes so dicht beieinander, dass sie gerade noch verlustfrei operieren: Es entstehen im Modell sechseckige „optimale Marktgebiete“. Aneinander gereiht ergeben sich daraus hexagonale Marktnetze, deren Maschengröße sich je nach dem produzierten Gut unterscheidet. Diese Netze unterschiedlicher Maschengröße werden so aufeinander gelegt, dass ein gemeinsames Zentrum entsteht und in dessen Umkreis jeweils möglichst viele Unternehmen an einem Standort geballt sind um maximale Agglomerationsvorteile zu ermöglichen¹³ (vgl. Abb. 3). Daraus folgert Lösch, dass die Wirtschaftsstruktur eines beliebigen Raumes dazu neigen wird, ein dominantes Zentrum aufzuweisen, in dessen Umland sich kleinere Orte befinden und sich Sektoren mit unterschiedlich hoher Dichte an Produktionsstandorten herausbilden. Die einzelnen Standorte können sich in ihrer Produktions- und Angebotsstruktur unterscheiden bzw. spezialisieren, da aufgrund der Art der Überlagerung der Marktnetze unterschiedliche Konstellationen auch an Orten mit der gleichen Anzahl Unternehmen entstehen (vgl. McCann 2001: 73-78; Maier/Tödtling 2006: 146f; Bodenmann 2005: 28f).

¹¹ Christaller (1933) entwickelte ein System der zentralen Orte. Wie später Lösch basiert auch dies auf Überlegungen zur *Reichweite* verschiedener Güter und Dienstleistungen; die Nachfrage ist gleichmäßig im Raum verteilt. Allerdings zielt Christaller auf eine räumliche Anordnung ab, bei der alle Orte mit allen Gütern und Dienstleistungen versorgt sind und zwar durch eine möglichst geringe Anzahl an Versorgungszentren (Lösch: maximale Anzahl an Versorgungszentren). Ergebnis ist eine hierarchische Struktur mit sich überlagernden sechseckigen Marktgebieten unterschiedlicher Güter/Dienstleistungen, bei der die Anzahl städtischer Zentren eines bestimmten Ranges (bzw. einer bestimmten „Zentralität“) umgekehrt proportional zu der Vielfalt der dort produzierten Güter / angebotenen Dienstleistungen ist. In jedem Zentrum eines bestimmten Ranges werden alle mit diesem Rang korrespondierenden Güter/Dienstleistungen sowie all jene geringerer Rangordnung angeboten werden (vgl. McCann 2001: 72f, 76; Bodenmann 2005: 26; Maier/Tödtling 2006: 139ff).

¹² Es wird für jedes produzierte Gut eine jeweils kreisförmige untere und obere Grenze der Reichweite ermittelt. Diese ergeben sich aus den Transportkosten, den Produktionsbedingungen, dem Nachfrageverhalten der Konsumenten und der Siedlungsdichte. Die untere Grenze wird durch das Mindestmarktgebiet definiert, das die für eine verlustfreie Produktion nötige Nachfrage generiert, die obere durch die Entfernung vom Produktionsort, ab der das Gut nicht mehr nachgefragt wird, da der effektive Preis für die Konsumenten aufgrund der Transportkosten zu hoch ist. Je nach Art des produzierten Gutes sind die Grenzen näher am Produktionsort oder weiter entfernt. Es wird davon ausgegangen, dass Güter höherer Wertigkeit größere Marktgebiete aufweisen als solche niedrigerer Wertigkeit (vgl. Maier/Tödtling 2006: 139-141, 142, 146, 156).

¹³ Lösch berücksichtigt in seinem Modell zwar sowohl interne als auch externe Ersparnisse. Allerdings werden nur die Effekte der internen Ersparnisse in den einzelnen Produktionsfunktionen berücksichtigt – die externen Ersparnisse wirken allgemein „konzentrationsfördernd“ (Bodenmann 2005: 26).

Abb. 3: Städtesystem nach Lössch – mit und ohne eingezeichneten Marktnetzen bzw. Sektoren



Quelle: Lössch 1962: 87

2.2.4 Neoklassische Gleichgewichtsmodelle – Isard

Isard versuchte 1956 einen „... „Rundumschlag“ über die Standorttheorien ...“ (Grabow et al. 1995) mit dem Ziel, daraus eine allgemeine Theorie des Standorts zu entwickeln (Kiesewetter 2000: 101). Insbesondere verbindet er dabei eine Synthese verschiedener klassischer Ansätze der Standorttheorie – u.a. jener von Thünens, Webers und Lösschs – mit dem von Predöhl (1925) beschriebenen Substitutionsprinzip in der allgemeinen Gleichgewichtstheorie¹⁴. Letzteres beschreibt die Möglichkeit, unterschiedliche (Standort-)Faktoren durch andere zu ersetzen (z.B. Arbeit durch Kapital oder Boden) (vgl. Bodenmann 2005: 28; Kiesewetter 2000: 101). So befinden sich in Isards „räumlicher Transformationsfunktion“, die den Ausgangspunkt seines Modells darstellt, folgende Faktoren im Gleichgewicht: (1) die Input-Mengen zur Produktion eines Gutes mit Ausnahme der Transportinputs, (2) die Transportinputs, die sich aus dem Produkt des Gewichts der zu transportierenden Inputs und Outputs und den Transportdistanzen ergeben, und (3) die Output-Mengen (vgl. Bodenmann 2005: 28).

Eine bedeutende Rolle kommt in Isards Modell den Agglomerationsvorteilen zu: In das Modell von Lössch baut er zusätzlich zu den bereits enthaltenen internen Ersparnissen (Skalenvorteilen) auch externe Ersparnisse (Lokalisations- und Urbanisationseffekte) mit ein. Ebenfalls finden die Auswirkungen der Bevölkerungsbewegungen auf Marktnetze bzw. die Dichteverteilung nach dem Gravitationskonzept¹⁵ Berücksichtigung. Auf dieser Grundlage „... entsteht ... ein Netz von Märkten bzw. Städten, das mit zunehmender Nähe zu Agglomerationszentren feinmaschiger wird“

¹⁴ In der New Palgrave Dictionary of Economics wird Inhalt und Hintergrund der allgemeinen Gleichgewichtstheorie wie folgt umrissen: „... general equilibrium theory treats as constant only non-economic influences and embraces all sales and purchases of all agents involved in exchanges. It implies that all subsets of agents are in equilibrium and that all individual agents are in equilibrium. The development of a formal general equilibrium theory in mathematical terms was initiated in the 19th century by Walras, who moved from a model of an exchange economy to an equilibrium with production“ (McKenzie 2008).

¹⁵ Nach Bodenmann basiert das Gravitationskonzept im Wesentlichen auf den Ideen der Sozialwissenschaftler Carey (1858) und Ravenstein (1885). Sie „... beobachteten eine Parallele zwischen dem Newtonschen Gesetz der Schwerkraft und der Migration von Menschen.“ Diese Erkenntnisse wurden später allgemein auf soziale und ökonomische Interaktionen angewandt. „Das Gravitationsmodell geht davon aus, dass die Anzahl Interaktionen oder Bewegungen ... zwischen zwei Städten ... im Wesentlichen auf das Produkt der Massen ... dieser Städte (z.B. die jeweilige Wohnbevölkerung) und der Distanz ... zwischen den beiden Städten abhängt“ (Bodenmann 2005: 21).

(Bodenmann 2005: 28). So leistet Isards Modell einen Beitrag zur Erklärung der gleichzeitigen Existenz räumlicher Konzentrationen und entleerter Räume sowie einiger Aspekte der räumlichen Arbeitsteilung (Krieger-Boden 2004: 900).¹⁶

Weitere räumliche Gleichgewichtsmodelle und -theorien wurden u.a. von Lefebvre (1958), von Böventer (1962) und Alonso (1964) entwickelt. Auch aktuelle Arbeiten im Bereich der Raumforschung bauen auf Gleichgewichtsmodellen auf – u.a. jene von Krugman (1995) (vgl. Bodenmann 2005: 28, 30).

2.2.5 Neuere Gleichgewichtsmodelle – Krugman

Der Ansatz von Krugman (1995) gehört zu den Modellen der „New Economic Geography“. Diese „... untersuchen den Zusammenhang zwischen Agglomerationseffekten, Transportkosten und der räumlichen Verteilung der Industrieproduktion üblicherweise im ... Rahmen eines allgemeinen Gleichgewichtsmodells“ (Maier/Tödtling 2006: 117), in das auch Einflüsse wie Investitionen in die Transportinfrastruktur, Externalitäten, Arbeitsmarktbedingungen, Umweltverschmutzung oder Verkehrsstau einbezogen werden (vgl. Bodenmann 2005: 30). Diese Gleichgewichtsmodelle sind nicht mehr rein neoklassisch, da sie auch die Erkenntnisse der Polarisierungstheorie¹⁷ berücksichtigen – so können sie, je nach den getroffenen Grundannahmen, konvergierende oder divergierende Resultate ergeben (vgl. Bodenmann 2005: 30).

Auch Krugman berücksichtigt in seinem Modell sowohl agglomerationsfördernde „zentripetale Kräfte“ als auch dispersionsfördernde „zentrifugale Kräfte“. Die Agglomerationsbildung wird im Wesentlichen zurückgeführt auf das Zusammenwirken von wachsenden Erträgen durch Skaleneffekte (Anstieg der Skalenerträge durch Konzentration der Produktion an wenigen Standorten), Transportkosten (diese werden in Bezug auf Versorgungs- und Absatzmärkte optimiert) und Faktormobilitäten (Optimierung der Transportkosten durch Nähe zu Produzenten, die bereits mobile Faktoren (Arbeitskräfte) angezogen haben). Demgegenüber fördern immobile Faktoren wie etwa die Bodenpreise die gegenteilige Entwicklung (vgl. Bodenmann 2005: 31; Maier/Tödtling 2006: 117f).

In das Gleichgewichtsmodell werden die folgenden Faktoren zur Modellierung der Marktgröße und der Industriebetriebe einbezogen: Produktpreise, Transportkosten, Löhne, Gewinne, Skalenerträge, Anzahl produzierter Güter und räumliche Verteilung der Arbeitskräfte. Ergebnis Krugmans Überlegungen ist, dass grundsätzlich „... ein grosser Anteil an Beschäftigten im Industriesektor, tiefe Transportkosten (pro Tonnenkilometer) und grosse Skaleneffekte“ tendenziell agglomerationsfördernd wirken. Für den Industriesektor im Besonderen kommen v.a. technologische Spillover-Effekte hinzu und „... *high technology clusters* erklärt er mit der Präsenz spezi-

¹⁶ Krieger-Boden unterstreicht diese Aussage mit folgender Erkenntnis aus Isards Ansatz: „Materialorientierte Industriezweige siedeln sich an Materialfundstätten an, die dann aufgrund von Agglomerationsvorteilen zu Kristallisationspunkten ökonomischer Aktivitäten und zu Mittelpunkten von Marktzentren für „footloose“-Wirtschaftsaktivitäten werden“ (Krieger-Boden 2004: 900).

¹⁷ Ein grundlegender polarisationstheoretischer Ansatz, der Wachstumspol-Ansatz, geht davon aus, dass sich räumliche Disparitäten zirkulär verstärken. Für die Entstehung von Wachstumspolen sind Agglomerationsvorteile (interne und externe Ersparnisse) ausschlaggebend. Dies steht in Kontrast zur neoklassischen Auffassung, dass sich (räumliche) Ungleichgewichte „... zu automatischen Anpassungsprozessen in Richtung Konvergenz führen“ (Bodenmann 2005: 4, 9f; vgl. auch Maier/Tödtling 2006: 118; McCann 2001: 60f).

alisierter Arbeitskräfte, Forschungseinrichtungen und der Informationstechnologie“ (Bodenmann 2005: 31).

2.3 Ansätze zur Erklärung der Standortwahl

Im Gegensatz zu den soeben vorgestellten wirtschaftswissenschaftlich-geografisch geprägten Modellen und Theorien gehen die behavioristisch orientierten Ansätze weniger von bestimmten Grundannahmen und einer modellhaft vereinfachten Realität aus. Stattdessen wird eine stärker induktive Vorgehensweise gewählt, d.h. es werden auf der Basis empirischer Beobachtungen generelle Schlussfolgerungen gezogen. Auch die Zielsetzung unterscheidet sich: Es geht weniger darum, mit normativem Einschlag ideale Standorte oder räumliche Anordnungen zu identifizieren, sondern eher um den deskriptiven Nachvollzug tatsächlicher Standortentscheidungen (Maier/Tödtling 2006: 25).

Ähnlich wie bei den bisher beschriebenen wirtschaftswissenschaftlich-geografisch geprägten Modellen und Theorien sind die behavioristisch orientierten Ansätze nicht klar gegeneinander abgrenzbar bzw. eindeutigen Kategorien zuzuordnen. Die Bandbreite der Ansätze reicht von Kritik an und Ergänzungen zu neoklassischen Theorien bis hin zu Beschreibungen des Prozesses der Standortwahl. Aus dieser Bandbreite werden im Folgenden in Anlehnung an McCann (2001) und Maier/Tödtling (2006) einige zentrale Themen beleuchtet.

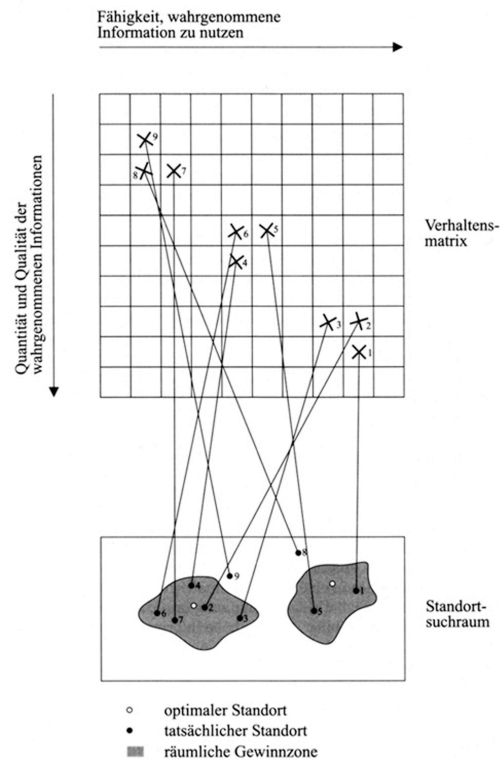
2.3.1 Unvollkommenheit der Informationsgrundlage und begrenzte Rationalität

Räumliche Zusammenhänge unterscheiden sich in vielerlei Hinsicht und in unzähligen Schattierungen voneinander – zudem unterliegen sie einem konstanten Wandel. So ist die verfügbare Menge an verlässlichen Informationen über den Raum im Allgemeinen und Standorte im Besonderen verhältnismäßig beschränkt. Entsprechend verfügen auch Unternehmen in der Realität nicht über vollkommene, sondern über begrenzte Informationen zu Standortalternativen und deren Implikationen für die Entwicklung des Betriebs. Diese Unvollkommenheit der Informationsgrundlage hat zur Konsequenz, dass „rationales Verhalten“ von Unternehmen im Sinne der wirtschaftswissenschaftlich-geografisch geprägten Theorien nur eingeschränkt möglich ist (vgl. McCann 2001: 36).

Neben der reinen Verfügbarkeit von Informationen spielt insbesondere „... die Quantität und Qualität wahrgenommener Informationen und die Fähigkeit, diese Informationen zu verarbeiten und zu nutzen ... eine Rolle“ (Maier/Tödtling 2006: 27). Nach Pred (1972) unterscheidet sich das Ausmaß der Einschränkung der Fähigkeit zur rationalen Analyse und Planung – und damit bezüglich der Qualität der Standortwahl – deutlich von einem Unternehmen zum nächsten. Er ordnet sie in eine Verhaltensmatrix ein (vgl. Abb. 4): Unternehmen, die nur wenige Informationen zur Verfügung haben und diese nur eingeschränkt nutzen (können), neigen zu wenig rationalen Standortentscheidungen, d.h. die Wahrscheinlichkeit, einen Standort außerhalb der räumlichen Gewinnzone zu wählen, ist verhältnismäßig groß. Umgekehrt haben Unternehmen mit hoher

Informationsverfügbarkeit und -nutzung deutlich bessere Voraussetzungen, einen beinahe-optimalen Standort zu wählen (vgl. Maier/Tödtling 2006: 27; Pred 1972: 91ff).

Abb. 4: Verhaltensmatrix nach Pred (1972)



Quelle: Maier/Tödtling 2006: 28

2.3.2 Die Rolle der Unternehmensgröße

Doch wovon hängt das unterschiedliche Niveau des Informationszugangs und der Informationsnutzung ab? Können Unternehmenstypen identifiziert werden, die in der Regel „bessere“ Standortentscheidungen treffen als andere? Ein zentrales Unterscheidungskriterium scheint in der Unternehmensgröße zu liegen. So argumentiert Aldrich (1979), dass die Informationsverfügbarkeit und -nutzung insbesondere von der Ausprägung der Schnittstellen eines Unternehmens zu seiner Umwelt (dazu zählen u.a. Unternehmensplanung, Forschung und Entwicklung, Marketing) abhängt. Da solche Schnittstellen bei größeren und insbesondere bei Mehrbetriebs-Unternehmen zumeist deutlich breiter sind, ist bei ihnen „... eine höhere Rationalität der Standortentscheidung zu erwarten als für kleine Einbetriebsunternehmen“ (Maier/Tödtling 2006: 29) – dies eine Hypothese, die empirisch weitgehend bestätigt wurde (vgl. Maier/Tödtling 2006: 27-29).

Alchian (1950) kommt in seiner Auseinandersetzung mit Entscheidungsprozessen von Unternehmen bei Bedingungen der Unsicherheit zu ähnlichen Ergebnissen¹⁸ und McCann (2001: 39f) zieht daraus Schlüsse für das unterschiedliche Verhalten verschieden großer Unternehmen

¹⁸ Siehe für eine Beschreibung der Herleitung McCann 2001: 39f.

und deren Konsequenzen für die Raumnutzung: Während größere Unternehmen die mit einer (Standort-)Entscheidung verbundene Unsicherheit durch die Verbesserung ihrer Informationsgrundlage mindern bzw. mindern können, reagieren kleinere Unternehmen mit Nachahmungsstrategien („leader-follower behaviour“). „Major firms ... will attempt to make rational and optimal decisions, and the results of their location choices can be analysed by ... classical and neoclassical models ... On the other hand, small firms will generally be located where their founders were initially resident. There will have been no explicit initial location decision as such, when the firm began operating. Yet, over time, competition between firms will be partly a result of spatial differences in cost and revenues, and the relationship between profitability and location will eventually become a decision-making issue. In subsequent location decisions, many small firms will tend to choose locations close to the major market leaders ...“ (McCann 2001: 40).

Wie soeben angeklungen ist, besteht neben der Informationsverfügbarkeit und -nutzung ein weiterer differenzierender Faktor in der Ressourcenausstattung von Unternehmen – und auch dieser korrespondiert häufig mit der Unternehmensgröße. So können sich Unternehmen mit besserer Ressourcenausstattung eher aufwändige Such- und Entscheidungsprozesse leisten und sind zudem leichter in der Lage, entstehende Mobilitätskosten zu schultern (Maier/Tödtling 2006: 29).

2.3.3 Die Rolle der Mobilitätskosten

Insgesamt bewirken die mit der Mobilität eines Unternehmens verbundenen Transaktionskosten im behavioristischen Verständnis – gerade auch in Kombination mit Unsicherheiten verschiedener Art – eine gewisse Trägheit was Standortveränderungen betrifft: „... firms are unlikely to move in response to small variations in factor prices or market revenues“ (McCann 2001: 38). Dabei spielt die Höhe der Mobilitätskosten im Verhältnis zur Ressourcenausstattung eine wesentliche Rolle: Sind sie für das jeweilige Unternehmen hoch, so wird es dazu neigen, so lange an seinem Standort zu bleiben wie es Gewinne erwirtschaften kann. Bevor ein Unternehmen zur „last-resort activity“ der Verlagerung oder räumlichen Umstrukturierung greift, wird es also versuchen, mit anderen Mitteln (z.B. Reorganisation) seine Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten oder zu steigern, auch wenn ihm ein besserer Standort bekannt wäre. Sind die Mobilitätskosten für ein Unternehmen hingegen wenig signifikant, so wird es eher dazu neigen, sich als Teil seiner Wettbewerbsstrategie standörtlich zu verbessern (vgl. McCann 2001: 38f). „Insbesondere internationalen und globale Standortunterschiede können daher praktisch nur von größeren Mehrbetriebsunternehmen genutzt werden“ (Maier/Tödtling 2006: 29).

2.3.4 Widersprüchliche Zielstellungen und Satisficing Behaviour

Angesichts der unvollkommenen Informationsgrundlagen argumentieren Cyert und March (1963), dass in Unternehmen häufig gleichzeitig verschiedene und z.T. widersprüchliche Zielstellungen bestehen. Dies betrifft insbesondere größere Unternehmen mit komplexen Strukturen und einer Trennung von Eigentümerschaft und Entscheidungsgewalt: Hier resultieren Unternehmensentscheidungen aus zahlreichen Einzelentscheidungen, die ihrerseits von Personen in einer komplexen Hierarchie getroffen werden. Diese können nach recht unterschiedlichen Zielstellungen ausgerichtet sein und können deutlich vom Ziel der Profitmaximierung (wie es etwa in

neoklassischen Modellen unterstellt wird) abweichen. In der Konsequenz tendieren solche Unternehmen zu Lösungen bzw. Standorten, die zwar für keine einzelne Zielstellung ideal, in der Breite aber zufrieden stellend sind („satisficing behaviour“) (vgl. McCann 2001: 36f).

2.4 Abschließende Bemerkungen

Auch wenn die einzelnen Modelle, Konzepte und Ansätze keine eindeutigen Erklärungen für die unternehmerische Standortverteilung liefern – und damit als Solche auch kaum als Grundlage für wirtschafts- oder regionalpolitische Entscheidungen geeignet sind –, können sie dennoch zum Verständnis räumlicher Verteilungsmuster und der Standortwahl beitragen. Dies gelingt am ehesten dann, wenn unterschiedliche Ansätze mitsamt ihrer ggf. vorhandenen Widersprüchlichkeiten gemeinsam betrachtet werden. Die beiden vorgestellten theoretischen Stränge ergänzen sich in ihrer Unterschiedlichkeit in der Annäherung an die Frage nach der räumlichen Verteilung von Unternehmen sowie mit ihren jeweiligen Stärken und „blinden Flecken“:

- Den Modellen und Theorien zur Standortverteilung mit ihren weitgehenden Abstraktionen gelingt es, Erklärungen für bestimmte räumliche Muster zu liefern und unter bestimmten Gesichtspunkten „optimale“ Standorte zu identifizieren – allerdings sind diese in ihrer mathematischen Genauigkeit häufig stark überspitzt und damit vom facettenreichen Bild der Realität um einiges entfernt.
- Die behavioristisch orientierten Ansätze mit ihrem Fokus auf dem tatsächlichen Standortwahlverhalten von Unternehmen lenken die Aufmerksamkeit auf zahlreiche Faktoren, welche die Standortwahl von Unternehmen beeinflussen und zu „suboptimalen“ Entscheidungen führen – allerdings bieten sie keine eigenen Erklärungen dafür, weshalb ein Unternehmen eine bestimmte Standortwahl trifft und neigen dazu, gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge zu vernachlässigen (McCann 2001: 39; Maier/Tödtling 2006: 33).

In dieser gegenseitigen Ergänzung liegt jedoch noch keineswegs eine eindeutige Erklärung für die räumliche Verteilung und die Standortwahl von Unternehmen, denn bei aller Unterschiedlichkeit der einzelnen Ansätze sind sie sich in einem Punkt bedeutend ähnlich: Sie beschreiben oder erklären jeweils Bruchstücke der hochkomplexen Wirklichkeit, die zudem einem konstanten und nicht vorhersehbaren Wandel unterliegt. Aufgrund dessen und da „die“ Erklärung auch in Zukunft kaum zu erwarten ist, kommt einer laufenden interdisziplinären Auseinandersetzung mit dem Thema der unternehmerischen Standortwahl große Bedeutung bei – nicht zuletzt als Beitrag zu einer ressourcenschonenden räumlichen Planung.

In der querschnittshaften Betrachtung der geschichtlichen Entwicklung und verschiedener theoretischer Zugänge zeigt sich neuerlich eine im Laufe der Zeit zunehmende Ausdifferenzierung der Wirtschaftsstruktur sowie der betrachteten Standortfaktoren. Dabei war und ist die Rolle der Transportkosten – oder allgemeiner: der Kosten zur Überwindung des Raumes – von konstantem Interesse. Dies gilt insbesondere für die zahlreichen Modelle und Theorien, die sich dem zweiten Wirtschaftssektor zuwenden. Auch die Lagerente bzw. die Grundstückskosten und erzielbare Agglomerationseffekte gehören zu den „Klassikern“. In jüngerer Zeit werden u.a. auch Faktoren wie Infrastruktur, Arbeitsmarktbedingungen oder Umweltverschmutzung in die Theoriebildung mit einbezogen.

3 Standortfaktoren und Standortentscheidungen

Bevor auf den aktuellen Stand der Forschung eingegangen wird, gilt es, einige grundlegende Fragen zu beantworten. Sie richten sich zunächst auf die Standortfaktoren selbst, also darauf, was Standortfaktoren sind, wie sie gruppiert werden können und welchen Veränderungsdynamiken sie unterliegen. Danach wird der Blick den Unternehmen zugewandt, um Einblicke in den Prozess der unternehmerischen Standortentscheidungen und damit in die Bedeutung und Rolle von Standortfaktoren im Zuge der Standortwahl zu gewinnen.

3.1 Definitionen von Standortfaktoren

Eingeführt wurde der Begriff des Standortfaktors Anfang des 20. Jahrhunderts von dem Standorttheoretiker Alfred Weber. Er bezeichnete einen Standortfaktor als „... einen seiner Art nach scharf abgegrenzten Vorteil, der für eine wirtschaftliche Tätigkeit dann eintritt, wenn sie sich an einem bestimmten Ort, oder auch generell an Plätzen bestimmter Art vollzieht. Ein „Vorteil“, d.h. eine Ersparnis an „Kosten“ und also für die Standortslehre der Industrie eine Möglichkeit, dort ein bestimmtes Produkt mit weniger Kostenaufwand als an anderen Plätzen herzustellen; noch genauer gesagt: den als Ganzes betrachteten Produktions- und Absatzprozeß eines bestimmten industriellen Produkts nach irgendeiner Richtung billiger durchzuführen als anderswo“ (Weber 1922: 16).

Eine jüngere und branchenunabhängige Definition findet sich bei Schöler: „Die Gründe für oder gegen einen Standort werden als *Standortfaktoren* bezeichnet, wobei es in der Logik des Begriffs Standortfaktor liegt, dass diese Phänomene nicht überall im Raum in gleicher Weise in Erscheinung treten, sondern raumdifferenzierende Eigenschaften haben. Standortfaktoren variieren also im Raum hinsichtlich ihrer Qualität und Existenz“ (Schöler 2004: 1109).

Allgemein gefasst werden in dieser Arbeit solche Größen als Standortfaktoren bezeichnet, die einen Raum – oder anders formuliert einen potenziellen Standort – von anderen unterscheiden und damit die Standortwahl von Unternehmen beeinflussen können.

3.2 Unterscheidungsmöglichkeiten von Standortfaktoren

Aus den vorgestellten Definitionen wird deutlich: Standortfaktoren zeichnen sich weder durch eine klare Bestimmtheit noch durch eine besondere Übersichtlichkeit aus. Im Gegenteil: So gut wie jede der unzähligen raumdifferenzierenden Eigenschaften kann für ein Unternehmen zu einem bestimmten Zeitpunkt ein Standortfaktor sein – was aber nicht bedeutet, dass dies auch für andere Unternehmen oder zu anderer Zeit gilt. Und auch wenn ein Standortfaktor für viele Unternehmen bedeutend ist, können sich der Grad und die Art der Bedeutung von einem Unternehmen zum nächsten erheblich unterscheiden.

Es bestehen verschiedene Ansätze zur Sortierung oder Gruppierung, die dazu dienen, diese schillernde Masse an Standortfaktoren handhabbarer zu machen (Tabelle 2 bietet einen Überblick). Sie wurden im Zuge der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Standortfaktoren entwickelt und orientieren sich jeweils an bestimmten Unterscheidungskriterien, die überwiegend

im Verhältnis zu den betreffenden Unternehmen stehen. Allerdings bleiben die Ansätze zur Sortierung und Differenzierung eher allgemeiner Natur und erlauben weder trennscharfe noch allgemeingültige Unterscheidungen.

Tab. 2: Unterscheidungsvarianten und -kriterien für Standortfaktoren

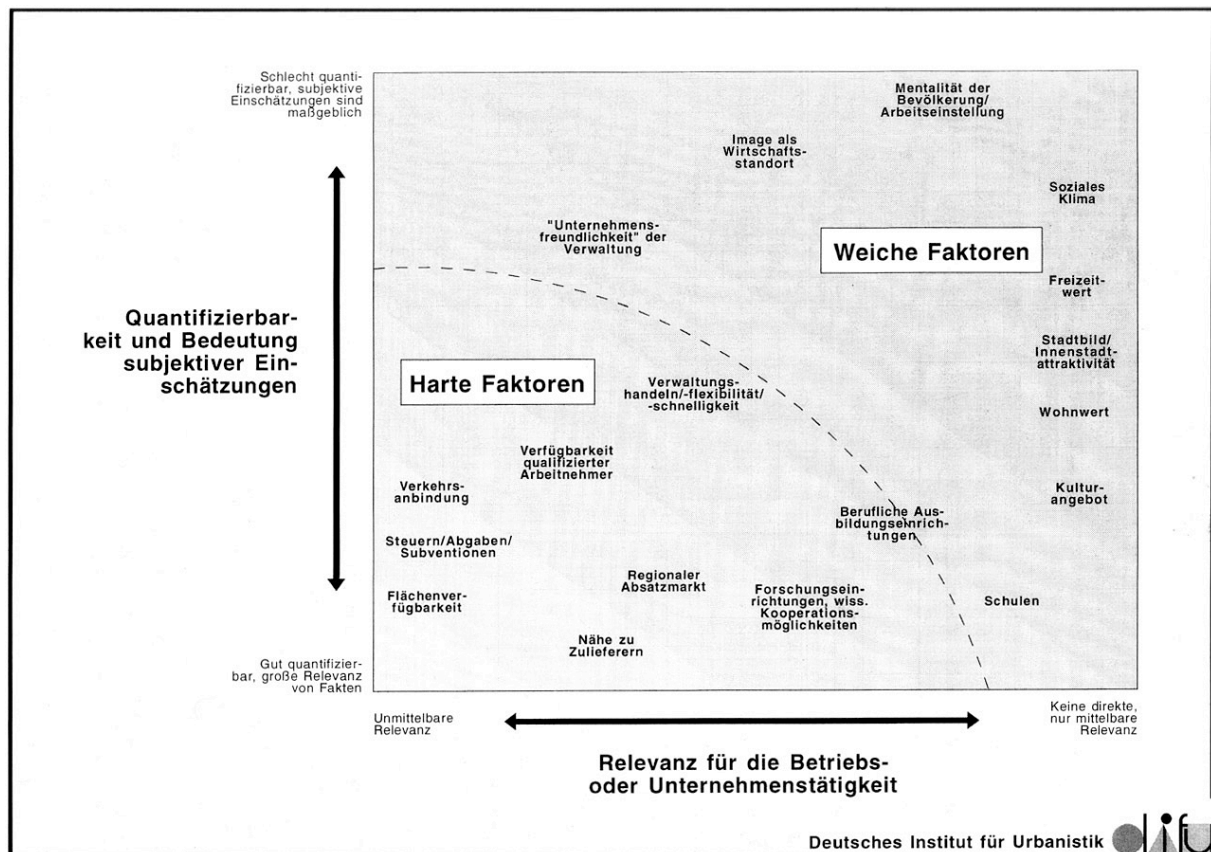
Unterscheidungskriterium	Unterscheidungsmöglichkeiten	
Bedeutsamkeit für viele/wenige Unternehmen	Generelle Standortfaktoren	Spezielle Standortfaktoren
Messbarkeit und/oder Ausmaß der direkten Auswirkungen auf den Betrieb	Harte Standortfaktoren	Weiche Standortfaktoren
Erforderlichkeit für das einzelne Unternehmen	Muss-Kriterien	Wunsch-Kriterien
Vor- oder Nachteile für das einzelne Unternehmen	Push-Faktoren	Pull-Faktoren
Radius der Standortsuche	Räumliche Betrachtungsebenen	

Quelle: Eigene Darstellung

Bereits Weber unterscheidet zwischen **generellen und speziellen Standortfaktoren** (Weber 1922: 18, 35). Das zentrale Unterscheidungskriterium ist hier die Anzahl der Unternehmen, für die ein bestimmter Standortfaktor von Bedeutung ist. Standortfaktoren, die für (fast) alle Unternehmen (ggf. eines bestimmten Raumes) bedeutend sind, gelten als generelle oder allgemeine Standortfaktoren, während solche, die nur für bestimmte Unternehmen, Branchen o.Ä. relevant sind, als spezielle Standortfaktoren eingestuft werden. Als Beispiel für einen generellen Standortfaktor kann der kommunale Steuerhebesatz genannt werden (dieser bezieht sich auf alle Unternehmen der Kommune), als Beispiel für einen speziellen das Vorhandensein eines Binnenhafens (dieser ist vielleicht nur für die Schwerindustrie von Bedeutung) (vgl. Schöler 2004: 1109).

Eine weitere Differenzierung kann zwischen **harten und weichen Standortfaktoren** vorgenommen werden – auch hier findet sich ein ähnlicher Ansatz bereits bei Weber, der eine Unterscheidung zwischen „natürlich-technischen“ und „gesellschaftlich-kulturellen“ Standortfaktoren andiskutiert (vgl. Weber 1922: 20). Die zentralen Kriterien sind in diesem Fall nach Grabow et al. (1995: 64) die Messbarkeit der Standortfaktoren (bei weichen Standortfaktoren eher schwierig) und/oder das Ausmaß der direkten Auswirkungen auf die Betriebs- oder Unternehmenstätigkeit (bei weichen eher gering ausgeprägt) – anhand dieser können weiche wie harte Faktoren in einem Kontinuum angeordnet werden. Abbildung 5 illustriert diesen Unterscheidungsansatz und bietet eine Anzahl Beispielfaktoren.

Abb. 5: Kontinuum der harten und weichen Standortfaktoren



Quelle: Grabow et al. 1995: 65

Darüber hinaus können zwei Arten weicher Standortfaktoren unterschieden werden, nämlich *weiche unternehmensbezogene Faktoren* und *weiche personenbezogene Faktoren*. Während sich Erstere durch ihre unmittelbare Wirksamkeit für die Unternehmens- oder Betriebstätigkeit auszeichnen (z.B. die Arbeitnehmermentalität), gehören zu Letzteren v.a. persönliche Präferenzen von Entscheidern und Beschäftigten eines Unternehmens, also „subjektive Einschätzungen über die Lebens- und Arbeitsbedingungen am Standort“ (z.B. das Bildungsangebot; vgl. Grabow et al. 1995: 67).

Eine dritte Unterscheidungsmöglichkeit besteht zwischen **Muss-Kriterien** und **Wunsch-Kriterien** (Schmenner 1982 zit. bei Maier/Tödtling 2006: 32). Sie differenziert nach Faktoren, die für das einzelne Unternehmen zwingend erfüllt sein müssen, damit ein Standort in Frage kommen kann, und solchen, die für das Unternehmen zwar attraktiv aber nicht unbedingt erforderlich sind¹⁹. Nach diesem Verständnis sind also die Bedürfnisse des einzelnen Unternehmens dafür ausschlaggebend, welcher Kategorie ein Standortfaktor zuzuordnen ist. In eine ähnliche Richtung geht Runers Unterscheidung nach *Standortanforderungen* und *Standortfaktoren*: Die Standortanforderungen werden als unternehmensspezifische Suchkriterien verstanden, die

¹⁹ Auf Basis dieser Unterscheidung werden theoretische Rückschlüsse auf das Standortwahlverhalten von Unternehmen gezogen: In einem schrittweisen bzw. hierarchischen Vorgehen würden zunächst Standorte gesucht, die die „Muss-Kriterien“ erfüllen, um daraufhin aus den potenziellen Standorten eine auf den Wunsch-Kriterien basierende Auswahl zu treffen (vgl. Maier/Tödtling 2006: 32 und siehe Kapitel 2.3).

sowohl Standortfaktoren als auch „allgemeine Suchprinzipien“ umfassen können und eine Auswahl der für das Unternehmen wichtigsten Faktoren darstellen. Erst wenn diese Anforderungen erfüllt sind, werden konkrete Standorte anhand von Standortfaktoren genauer in Betracht gezogen (vgl. Runer 1999: 48f und siehe Kapitel 2.3). Nach Grabow et al. kann allerdings eine Reihe *unabdingbarer Faktoren* identifiziert werden, die für jede unternehmerische Standortwahl bedeutend ist. Dazu zählen „... Boden, also Grundstücke und Flächen in ausreichender Größe und zu akzeptablen Preisen, sowie Arbeit, das heißt heute vor allem ausreichend qualifizierte Arbeitskräfte und Kapital“ (Grabow et al. 1995: 73).

Dass Standortfaktoren nicht nur „anziehend“ sondern auch „abstoßend“ wirken können, kommt in einer Differenzierung nach **Push- und Pull-Faktoren** zum Ausdruck. Welcher Gruppe ein bestimmter Faktor zugeordnet werden kann, ist in hohem Masse kontextabhängig: Faktoren, die einen Standort zu einem Zeitpunkt für ein Unternehmen besonders attraktiv machen, können für ein anderes Unternehmen in die entgegengesetzte Richtung wirken – so z.B. das bestimmte Angebot an Arbeitskräften oder die Art der Verkehrsanbindung. Auch die Intensität, mit der ein Faktor anziehend oder abstoßend wirkt, hängt vom einzelnen Unternehmen und seiner bestimmten Situation ab. Zusammengenommen sind Push- und Pull-Faktoren häufig Gründe für Standortüberlegungen; dabei kann der Vergleich verschiedener Standorte mit ihren jeweiligen Vor- und Nachteilen für das Unternehmen eine bedeutende Rolle für die Standortentscheidung spielen (vgl. Grabow et al. 1995: 134, 216 und siehe Kapitel 3.4).

Schließlich können Standortfaktoren in Bezug auf die **räumliche Betrachtungsebene** differenziert werden. Ausschlaggebend für diese Differenzierung sind die Frage nach der räumlichen Ebene, auf der ein Unternehmen einen Standort sucht bzw. die Standortsuche beginnt, sowie die daraus abzuleitende potenzielle Relevanz von Standortfaktoren. So können für ein Unternehmen, das eine internationale Standortsuche vornimmt, durchaus national einheitliche Größen wie etwa das Rechtssystem bedeutende Standortfaktoren sein, während diese für ein Unternehmen, das ausschließlich innerhalb eines Landes sucht, keine Rolle spielen – dafür können aber regionale, lokale und/oder quartiersbezogene Unterschiede im Vordergrund stehen (vgl. Schöler 2004: 1109f). Dabei kann der gleiche Standortfaktor auf unterschiedlichen räumlichen Ebenen betrachtet einen unterschiedlichen Bedeutungsgehalt haben – im Falle des Verkehrsanschlusses z.B. der Ausbaugrad des Verkehrsnetzes auf großräumiger, die Straßenbahnhaltestelle auf kleinräumiger Ebene (siehe hierzu auch Kapitel 4.4.3.6 und Anhang 3).

3.3 Zeitliche Dynamik von Standortfaktoren

Werden Standortfaktoren vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung im Laufe der Zeit betrachtet, so gewinnt das Bild weitere Dimensionen (vgl. zum Folgenden Grabow et al. 1995: 73, 80-82 und Maier/Tödtling 2006: 39f).

Einige Faktoren, die bereits im 19. Jahrhundert als bedeutende Standortfaktoren identifiziert wurden, haben sich seither stark verändert. So bezogen sich die Transportkosten anfänglich noch auf den unmotorisierten Transport von Gütern, später auf den Eisenbahntransport, dann zunehmend auf die Verfrachtung per Lkw, Containerschiff und Flugzeug. An diesem Beispiel können sowohl Veränderungen als auch Schwankungen in der Bedeutsamkeit eines Standort-

faktors illustriert werden: Während die Transportkosten über lange Zeit im Verhältnis zu den übrigen Kosten erheblich waren und entsprechend als ein besonders bedeutender Standortfaktor ermittelt wurden, relativierten sich die mit dem Transport verbundenen Kosten zunächst erheblich, um in jüngerer Zeit wieder etwas zuzunehmen²⁰. Generell kann festgestellt werden, dass solche Bedeutungsschwankungen oder -zyklen einzelner Faktoren v.a. von ihrer Differenzierungswirkung auf Standorte abhängen: Während die flächendeckende Verfügbarkeit eines Standortfaktors dessen relative Bedeutung eher sinken lässt, steigt diese wieder, wenn dessen räumliche Differenzierung zunimmt (Grabow et al. 1995: 81).

Viele Standortfaktoren haben sich zudem im Laufe der Zeit ausgefächert und sind kleinteiliger geworden. Dies gilt sowohl in Bezug auf ihre Bedeutung für Unternehmen – sie haben sich in vielerlei Hinsicht ebenfalls zunehmend ausdifferenziert²¹ – als auch in Bezug auf die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Standortfaktoren (siehe dazu Kapitel 2). Während beispielsweise für den Faktor „Arbeit“ im 19. Jahrhundert vornehmlich Industriearbeiter ohne Qualifikation bedeutend waren, spielen heute das Qualifikationsniveau und die Art der Qualifikation eine zentrale Rolle (vgl. Grabow et al. 1995: 73).

Darüber hinaus sind u.a. im Zuge der Veränderung von Produktionsweisen, technischen Innovationen, der Globalisierung sowie veränderten Werten, Haltungen und Lebensstilen auch weitere, „neue“ Standortfaktoren hinzugekommen (Grabow et al. 1995: 73). Als Beispiele können etwa die Verfügbarkeit sicherer und leistungsfähiger Datenanbindungen, die Nähe zu einem Großflughafen aber auch das Vorhandensein von Kindertagesstätten genannt werden.

Nicht zuletzt ist darauf hinzuweisen, dass mit einem Unternehmen nicht unbedingt ein festes Set an prioritären Standortfaktoren verbunden ist: In unterschiedlichen Phasen des Lebenszyklus eines Unternehmens können unterschiedliche Standortfaktoren von größerer oder kleinerer Bedeutung sein – und unterschiedliche Teile eines Unternehmens müssen keineswegs immer dieselben Prioritäten haben.

3.4 Unternehmerische Standortentscheidungen

Um die Bedeutung und Wirkung einzelner Standortfaktoren für die Standortentscheidungen von Unternehmen einschätzen zu können, ist eine rein abstrakte Betrachtung kaum ausreichend: Standortentscheidungen fallen weder ad hoc noch quasi-mathematisch anhand einer fest definierten Liste vorgegebener Standortkriterien, sondern im Laufe eines unternehmerischen Entscheidungsprozesses (vgl. dazu auch Kapitel 2.3). Dies insbesondere deshalb, weil Standortentscheidungen alles andere als trivial sind. Sie bedeuten in der Regel eine langfristige räumliche Bindung des Unternehmens und von (finanziellen) Ressourcen und sind dabei mit zahlreichen Unsicherheiten behaftet (vgl. Maier/Tödtling 2006: 22f; Grabow et al. 1995: 136).

²⁰ Zu den Gründen für die erhebliche Relativierung gehören der Ausbau infrastruktureller Netze, der technische Fortschritt sowie die Verfügbarkeit großer Mengen preisgünstiger fossiler Brennstoffe; zu den Gründen für die neuerliche Bedeutungszunahme zählen die Einführung von Mautgebühren, der Preisanstieg fossiler Brennstoffe sowie gestiegene Transportrisiken.

²¹ Dies im Sinne einer Veränderung und zunehmenden Ausdifferenzierung von Branchenstrukturen, Arbeitsweisen, Unternehmensgrößen und Organisationsformen im Rahmen des sektoralen und funktionalen Strukturwandels (vgl. Kapitel 4.1).

Ausgehend von einer Kategorisierung unterschiedlicher Arten von Standortentscheidungen sollen daher mit dem folgenden Überblick einige Aspekte von Standortentscheidungsprozessen mit besonderem Augenmerk auf kleine und mittlere Unternehmen in Deutschland kurz beleuchtet werden²².

3.4.1 Arten von Standortentscheidungen

Das Spektrum standortrelevanter Entscheidungen umfasst weit mehr als Verlagerungen oder die Errichtung neuer Produktionsstandorte – auch wenn diesen ein Großteil der medialen und politischen Aufmerksamkeit zukommt. In grobe Kategorien gegliedert können folgende Arten von Standortentscheidungen unterschieden werden, die jeweils in Zusammenhang mit Entwicklungen im „Lebenslauf“ eines Unternehmens stehen (vgl. Grabow et al. 1995: 143, 153f):

- Neuerrichtung (z.B. infolge einer Existenzgründung oder der Eröffnung eines weiteren Standorts),
- Verlagerung (z.B. aufgrund von betrieblichen Veränderungen innerhalb eines Unternehmens oder Veränderungen der Marktsituation),
- Standortausdehnung (z.B. aufgrund einer Erweiterung eines Unternehmens),
- Standortschrumpfung (z.B. aufgrund der Verkleinerung eines Unternehmens) und
- Standortschließung (z.B. aufgrund Veränderungen innerhalb eines Unternehmens oder Schrumpfung).

Hinzu kommt die in der Literatur in der Regel völlig unbeachtete, aber in zahlreichen Zusammenhängen der Unternehmensentwicklung mögliche

- Bleibeentscheidung.

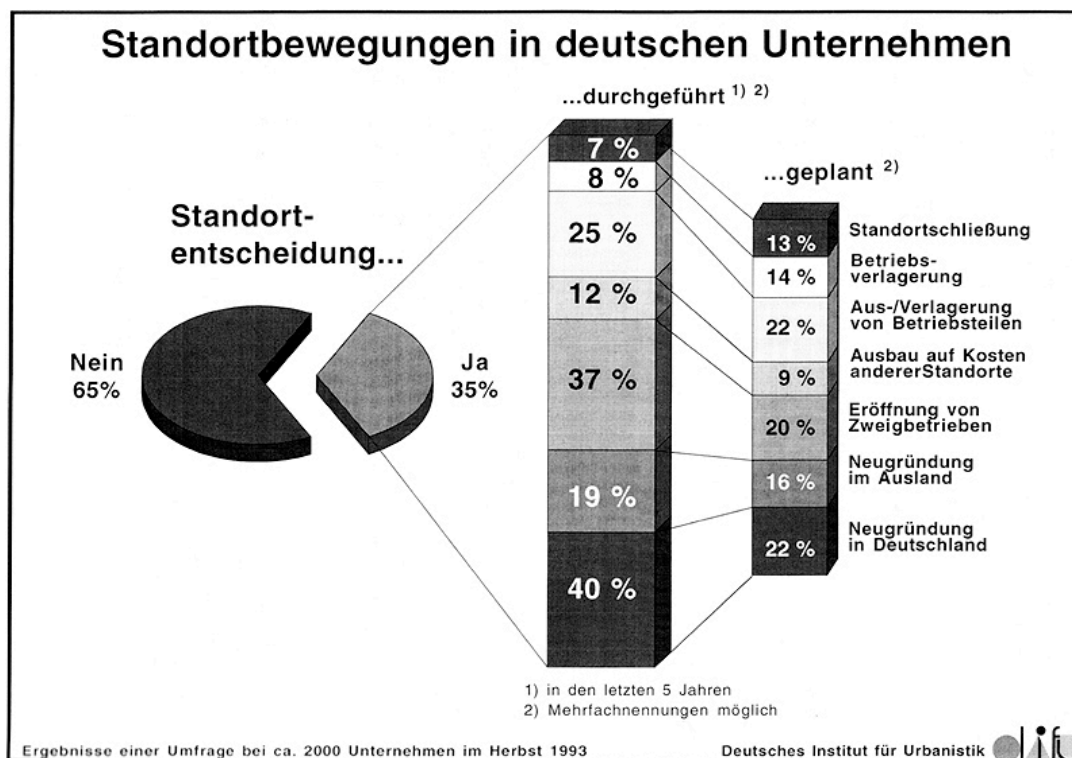
Es handelt sich dabei um „... bewusste Neuentscheidungen für einen gegebenen Standort, nachdem alternative Standorte geprüft wurden ... also um potentielle Verlagerungen oder „virtuelle“ Standortverlagerungen; Bleibeentscheidungen sind damit etwas eindeutig anderes als die übliche betriebliche Standortpersistenz“ (Grabow et al. 1995: 154).

Die folgende Abbildung 6 basiert auf den Ergebnissen einer breit angelegten empirischen Studie aus dem Jahre 1993²³ und bietet für den Zeitpunkt der Untersuchung einen Überblick über die Anteile unterschiedlicher Arten von Standortbewegungen an den Standortentscheidungen insgesamt. Darüber hinaus zeigen sich auf die Unternehmensgröße bezogen deutliche Unterschiede hinsichtlich der Art der Standortbewegung: Im Kontrast zu großen und mittleren Unternehmen können kleine Unternehmen häufig nur mit einer Standortverlagerung oder einer Standortschließung auf Engpasssituationen reagieren (Grabow et al. 1995: 143).

²² Eine Schwierigkeit liegt hierbei in der eher geringen verfügbaren Materialbasis zum unternehmerischen Verhalten in (Standort-)Entscheidungsprozessen (vgl. Runer 1999: 47; Grabow et al. 1995: 133) – aus diesem Grunde basiert dieser Abschnitt in Ergänzung zu den theoretischen Betrachtungen in Kapitel 2.3 in großen Teilen – wenn auch nicht ausschließlich – auf der Abhandlung in Grabow et al. 1995.

²³ Für detaillierte Angaben zu dieser bundesweit durchgeführten Studie, in der ein breites Spektrum unterschiedlicher Unternehmenstypen mit einbezogen wurde, siehe Grabow et al. 1995. Befragt wurden ca. 2000 Unternehmen im Jahr 1993.

Abb. 6: Anteile verschiedener Arten von Standortbewegungen an Standortentscheidungen



Quelle: Grabow et al. 1995: 160

Im Rahmen der genannten Studie wurden u.a. auch die Verlagerungsdistanzen der Unternehmen erhoben. Es zeigte sich, dass über die Hälfte aller Verlagerungen innerhalb der Stadtgrenzen (Distanzen unter 20 km) und fast drei Viertel innerhalb derselben Region (Distanzen unter 50 km) stattfanden (vgl. Grabow et al. 1995: 165). In eine ähnliche Richtung weist eine weitere Studie aus der Region Aachen²⁴, in der es sich bei ca. 55 Prozent der betrachteten Unternehmensansiedlungen um Standortverlagerungen aus anderen Ortsteilen derselben Kommune oder benachbarten Kommunen handelte (vgl. Jansen 2001: 40). Diese ausgeprägte Orts- bzw. Regionalbindung dürfte bei kleinen Unternehmen mit wenigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern besonders deutlich ausgeprägt sein: Neben einer starken Verwurzelung betrieblicher wie auch persönlicher Natur (insbesondere wenn die gleiche Person das Unternehmen leitet und besitzt) kann auch davon ausgegangen werden, dass kleinen Betrieben in der Regel deutlich weniger Ressourcen für eine Standortsuche und weiträumige Standortverlagerung zur Verfügung stehen (vgl. Kapitel 2.3.2).

Darüber hinaus kann je nach Art der Standortentscheidung unterschiedlichen Arten von Standortfaktoren eine unterschiedlich große Bedeutung zukommen. In Bezug auf harte und weiche Standortfaktoren stellen Grabow et al. fest, dass Letztere gerade „... bei Entscheidungen „am Standort“ (Ausbau, Schrumpfung, Bleibeentscheidung) eine überdurchschnittlich wichtige Rolle“ spielen (Grabow et al. 1995: 21).

²⁴ Befragt wurden 71 Unternehmen der Region Aachen, deren Zusammensetzung hinsichtlich Betriebsgröße und Branchenspektrum für die Region repräsentativ war (vgl. Jansen 2001).

3.4.2 Gründe für Standortentscheidungen

Nicht nur ein Großteil der Arten von Standortentscheidungen, sondern auch von deren Gründen oder Auslösern ist ortsbezogen, d.h. „... spezifische Vor- oder Nachteile der jeweiligen Standorte in Städten, Kreisen oder Gemeinden sind in der Regel ausschlaggebend für Standortbewegungen.“ (Grabow et al. 1995: 18) Insbesondere der Wunsch oder die Notwendigkeit einer Verlagerung wird „... i.d.R. durch konkrete Probleme am alten Standort ausgelöst. Meist handelt es sich dabei um räumliche Enge, Expansionspläne oder Probleme mit empfindlichen Nachbarnutzungen; aber auch auslaufende Miet- und Pachtverträge auf Grund einer Umnutzungsabsicht der Grundstückseigentümer können die Nachfrage auslösen“ (Mielke 2002: 38f). Bei bestehenden Unternehmen können die Gründe für den Bedarf einer Standortentscheidung größtenteils einer von drei Gruppen zugeordnet werden (vgl. Grabow et al. 1995: 134f):

- **Kapazitätsbedarf** aufgrund von Unternehmenswachstum ist das „wohl am häufigsten anzutreffende Motiv“ (S. 134). In der Regel wird primär versucht, vorhandene Standorte zu erweitern bzw. intensiver zu nutzen.
- **Kapazitätsüberschüsse** aufgrund von Auslastungsdefiziten werden nur selten über die räumliche Veränderung hin zu einem kleineren Standort gelöst. Stattdessen wird eher versucht, durch Veränderungen in der betrieblichen Ausrichtung (und bei größeren Unternehmen ggf. durch Stilllegung von Zweigbetrieben) besser der Nachfrage zu entsprechen.
- **Standortunzulänglichkeiten** können im Sinne von *Push-Faktoren* ein Unternehmen dazu bewegen, seinen Standort zu verlassen; Beispiele sind Flächenengpässe, eine mangelhafte Verkehrsanbindung oder zu hohe Standortkosten. Gleichzeitig können komparative Standortvorteile anderer Standorte als *Pull-Faktoren* wirken; Beispiele sind ein ausreichendes Flächenangebot, eine gute Verkehrsanbindung oder ein Arbeitsmarkt mit einer hohen Konzentration gesuchter Qualifikationen. Wie aus den Beispielen deutlich wird, kann ein Faktor – je nach Unternehmensausrichtung und Ausprägung im Vergleich zu anderen potenziellen Standorten – durchaus in beide Richtungen, als Push- oder als Pull-Faktor, wirken.

Die in diese drei unterteilten Gründe treten allerdings nicht zwingend nur einzeln auf. Gerade Kapazitätsengpässe sind häufig lediglich konkreter Auslöser für standortbezogenes Handeln, das dann als Gelegenheit dient, weitere – oft standortbezogene – Probleme zu lösen (vgl. Grabow et al. 1995: 135).

3.4.3 Phasen von Standortentscheidungsprozessen

Der eigentliche Prozess der Standortentscheidung läuft nach Grabow et al. (1995: 135f) in den meisten Fällen in drei Phasen ab:

- „Jeder Standortentscheidung geht eine – oder eine Kombination – der oben genannten drei Konstellationen (Kapazitätsdefizite, Kapazitätsüberschüsse, Standortunzulänglichkeiten) voraus, welche die Standortsuche auslösen.
- Die konkrete Standortsuche umfaßt die Festlegung von Auswahlkriterien, die Auswahl und die Bewertung potentieller Makrostandorte sowie – anschließend oder auch parallel – der Festlegung von Mikrostandorten ...
- Die Ergebnisse des Suchvorgangs werden den Entscheidungsträgern in Form verschiedener Alternativen vorgelegt, die Entscheidung wird getroffen.“

Je nach Unternehmen können diese Phasen unterschiedlich stark aufgegliedert und als getrennte Schritte erkennbar sein: „Bei kleinen und mittleren Unternehmen ist der Prozeß weit weniger formalisiert und in seinen Phasen weniger identifizierbar als bei großen, wo in der Regel für Fragen der Standortsuche eigens ein Stab verfügbar ist“ (Grabow et al. 1995: 136).

In den einzelnen Phasen bzw. Schritten eines Standortentscheidungsprozesses kann unterschiedlichen Standortfaktoren durchaus eine unterschiedlich große Bedeutung beigemessen werden. So konnte bezüglich weicher und harter Standortfaktoren im Allgemeinen festgestellt werden, dass Erstere im Rahmen einer Vorauswahl von Standortalternativen „eine vergleichsweise wichtige Rolle“ spielen (hier geht es v.a. um Bilder und Vorstellungen von Orten). Im Zuge der Analyse und des Vergleichs potenzieller Standorte sind hingegen harte Standortfaktoren bedeutender, während bei der eigentlichen Entscheidungsfällung weiche Faktoren wiederum „etwas stärker ins Gewicht fallen“ können (Grabow et al. 1995: 150).

3.4.4 Verfahren in Standortentscheidungsprozessen

Im Prozess der Entscheidung für einen Standort „... spielen die Ermittlung und Bewertung, die Einschätzung und die Gewichtung der relevanten Standortfaktoren, von denen eine Entscheidung abhängig gemacht wird, eine zentrale Rolle“ (Grabow et al. 1995: 136). Zu diesem Zweck besteht eine Anzahl systematischer Verfahren zur Optimierung der Standortentscheidung. Solche werden – wenn überhaupt – in erster Linie von großen Mehrstandortunternehmen verwendet (vgl. Grabow et al. 1995: 136f, 139), sodass wenig formalisierte Vorgehensweisen eher den Regelfall darstellen. Die Anwendung solcher vereinfachter Verfahren, Routinen, Erfahrungsregeln u.Ä. zur Bewältigung komplexer Entscheidungsprobleme hat heuristischen Charakter, es sind also „... Lösungsmuster, die bewusst nicht nach einer optimalen Lösung suchen, sondern danach trachten, mit *vertretbarem Aufwand* eine *akzeptable Lösung* zu finden ...“ (Maier/Tödtling 2006: 26).

Eine dieser Heuristiken ist die **Konzentration auf besonders wichtige Faktoren** (Maier/Tödtling 2006: 26): Ein Standort muss bestimmte Bedingungen erfüllen, bevor ggf. weitere Standortfaktoren in Betracht gezogen werden, um schließlich eine Auswahl unter möglichen Standortalternativen vorzunehmen (vgl. Runer 1999: 48; Maier/Tödtling 2006: 26f). Solche unternehmens-

spezifischen Suchkriterien, die zwingend erfüllt sein müssen, damit ein Standort in Betracht gezogen wird, können als *Standortanforderungen* definiert werden (vgl. Runer 1999: 48). Aus ihnen können sich bestimmte Suchprinzipien (wie etwa die Suche in der Nähe des bisherigen Standorts) ergeben. Dabei kommt es – gerade bei kleineren Unternehmen – durchaus vor, dass keine Alternativen genauer in Betracht gezogen werden²⁵: Sobald ein Standort gefunden wird, der den Standortanforderungen entspricht und somit akzeptabel erscheint, wird die Suche beendet. Es findet also eine **Suche nach einem zufrieden stellenden Standort** statt (vgl. Maier/Tödtling 2006: 26f und Kapitel 2.3.4).

Eine weitere Vorgehensweise besteht in der **stufenweisen Standortentscheidung**: Hier werden räumliche Ebenen getrennt voneinander und anhand unterschiedlicher Kriterien betrachtet um eine Vorauswahl für die weitere Suche zu treffen; beispielsweise können auf regionaler Ebene zunächst einzelne Gemeinden identifiziert werden, die bestimmte Rahmenbedingungen erfüllen, um daraufhin in diesen Gemeinden konkrete Standorte zu suchen (vgl. Maier/Tödtling 2006: 26). Nicht zuletzt ist auf die Strategie der **Nachahmung** hinzuweisen, nach der Standorte aufgrund ihrer Ähnlichkeit zu jenen von erfolgreichen Unternehmen gewählt werden – auch dies ein Ansatz, der besonders mit kleineren Unternehmen in Verbindung gebracht wird (vgl. Kapitel 2.3.2 und Maier/Tödtling 2006: 27).

Im Vergleich zu bestehenden Unternehmen findet bei Existenzgründern – also im Zuge der Entstehung eines kleinen Unternehmens – häufig **keine explizite Standortwahl** in Bezug auf die Gemeinde oder Region statt: Es wird meist „eher jenseits von objektiv optimierenden Kriterien“ dort gegründet, wo die „unternehmerischen Wurzeln“ des Gründers liegen und sich in der Regel auch sein bisheriger Lebensmittelpunkt befindet (Grabow et al. 1995: 141). Dass die Standortwahl damit implizit schon vor der Gründung getroffen wird, stellt Stegh für Gründer in wissensintensiven Tätigkeitsbereichen fest: „... die Gründung [steht] häufig am Ende einer Kette von regionalen Standortentscheidungen, die die Gründerpersonen im Laufe ihrer Biographie getroffen haben“ (Stegh 2007: 181). Im Laufe der Entwicklung des Unternehmens gewinnen stärker optimierende Verfahren wiederum an Bedeutung (vgl. Grabow et al. 1995 und siehe Kapitel 2.3).

Einen Hinweis darauf, weshalb eine breiter angelegte Standortsuche häufig gar nicht erst nötig wird und auf entsprechend einfache Vorgehensweisen zurückgegriffen werden kann, bietet die Betrachtung eines bestimmten Standortfaktors, nämlich der *Grundstückspreise für kommunale Gewerbeflächen*. Ihnen kommt eine besondere Rolle zu, da sie im Spannungsfeld der Strategien unternehmerischer Standortwahl und der gängigen kommunalen Gewerbeflächenpolitik stehen: Im Gegensatz zu den meisten anderen, durch Wettbewerb bestimmten und für das Unternehmen kaum zu beeinflussenden Kosten einer standörtlichen Veränderung (insbesondere einer Verlagerung), können die kommunalen Preise für Gewerbeflächen als „weich“ bezeichnet werden (vgl. Bonny 2001: 33). Harte Preisverhandlungen sind für Unternehmen durchaus aussichtsreich,

²⁵ Verschiedene empirische Erhebungen zeigen, dass die Zahl der in Betracht gezogenen Alternativen in der Regel sehr überschaubar ist. So zogen z.B. in der Region Aachen nur etwa die Hälfte der befragten Unternehmen andere Standorte in Erwägung und gut 40 Prozent prüften überhaupt keine weiteren Standorte (vgl. Jansen 2001: 40); die bundesweite Erhebung von Grabow et al. ergab, dass nur ca. sieben Prozent der Unternehmen mehr als fünf, etwa 60 Prozent bis zu fünf und ein Drittel der Unternehmen gar keine Standortalternativen prüfte – zu letzterer Option neigten Einbetriebsunternehmen in besonderem Masse (vgl. Grabow et al. 1995: 139).

da der Wettbewerb um einen Standort nicht zwischen ihnen herrscht, sondern viel eher zwischen Kommunen, die um Unternehmen werben. Die daraus resultierenden niedrigen (und oft infolge der Verhandlungen zusätzlich reduzierten) Preise für Gewerbeflächen bringen weder Unterschiede in der Qualität noch in der Attraktivität der Flächen zum Ausdruck. Damit findet sowohl eine Verzerrung der Bedeutung verschiedener Standortfaktoren statt in dem Sinne, dass „fast alles billig zu haben“ ist), als auch wird ein Trend zu möglichst niedrigen Aufwendungen in der Flächenentwicklung vonseiten der Kommunen gesetzt. Die niedrigen Flächenpreise bzw. Nachlässe dürften dabei als Mitnahmeeffekte einzustufen sein (vgl. Bonny 2001: 33; Mielke 2002: 49).

3.5 Abschließende Bemerkungen

Was Standortfaktoren sind, scheint auf den ersten Blick einfach zu fassen, da so gut wie jede raumdifferenzierende Eigenschaft ein Standortfaktor sein kann. Weniger einfach ist jedoch der Umgang mit der daraus resultierenden unübersichtlichen Vielzahl an Faktoren – in ihr liegt eine der zentralen Herausforderungen der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Standortfaktoren: Es bedarf gesamtheitlicher Auseinandersetzungen, die differenzieren – insbesondere nach Unternehmenstypen, Arten der Standortwahl und Raumkategorien.

Damit verbinden sich bedeutende Herausforderungen, denn keiner dieser Aspekte ist für sich genommen abschließend zu klären: Unternehmenstypen differenzieren sich im Zuge des sektoralen, branchenstrukturellen und funktionalen Strukturwandels zunehmend aus, über das unternehmerische Vorgehen bei der Standortwahl gibt es wenig gesichertes Wissen – klar scheint lediglich zu sein, dass es ebenfalls differenziert und, gerade bei kleineren Unternehmen, in der Regel wenig systematisch ist – und Raumkategorien können nach verschiedensten Kriterien gebildet werden. Dass Standortfaktoren selbst keine gegebenen Größen sind, sondern vielfältigen Einflüssen unterliegen – bekannte Faktoren verändern sich nicht nur selbst und in ihrer Bedeutsamkeit für Unternehmen, sondern es kommen auch immer wieder neue Faktoren hinzu – vereinfacht den Erkenntnisgewinn auch nicht weiter. Solche Veränderungsdynamiken unterstreichen ihrerseits die Bedeutung gesamtheitlicher Betrachtungen im zeitlichen Sinne, d.h. von Studien, die über längere Zeiträume hinweg angelegt sind oder die es erlauben, verschiedene Zeitpunkte miteinander zu vergleichen.

Diese prägende und anhaltende Komplexität und Dynamik macht die Auseinandersetzung mit Standortfaktoren und ihrer Bedeutung anhaltend relevant. Dies nicht nur in wissenschaftlicher Hinsicht, sondern insbesondere auch für die kommunale Praxis, denn ihr kann ein fundiertes Wissen um die Rolle und Bedeutung von Standortfaktoren helfen, Handlungsmöglichkeiten auszuloten und damit begrenzte Ressourcen gezielt einzusetzen. Allerdings ist es angesichts eben dieser Komplexität und Dynamik umso bedeutender, dass sich Studien und entsprechende Publikationen durch ihre Transparenz und wissenschaftliche Fundiertheit auszeichnen – Qualitäten, die gegenwärtig allzu häufig nicht die Regel sind.

4 Kontext, Ansätze und Stand der Forschung

Vor dem Hintergrund aktueller wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen wird sowohl in der Forschung als auch in der Praxis weithin angenommen, dass sich Standortfaktoren und ihre Bedeutung verändern und Strategien der Standortentwicklung dementsprechend angepasst werden müssen. Im Folgenden soll die Standortfaktoren-Forschung betrachtet und untersucht werden, inwiefern Studien der letzten Jahre Aufschluss über die Bedeutung von Standortfaktoren im Allgemeinen und für bestimmte Branchen und Unternehmenstypen geben und inwiefern sie Veränderungen (der Bedeutung) von Standortfaktoren belegen können.

4.1 Kontext: Wirtschaft und Gesellschaft im Wandel

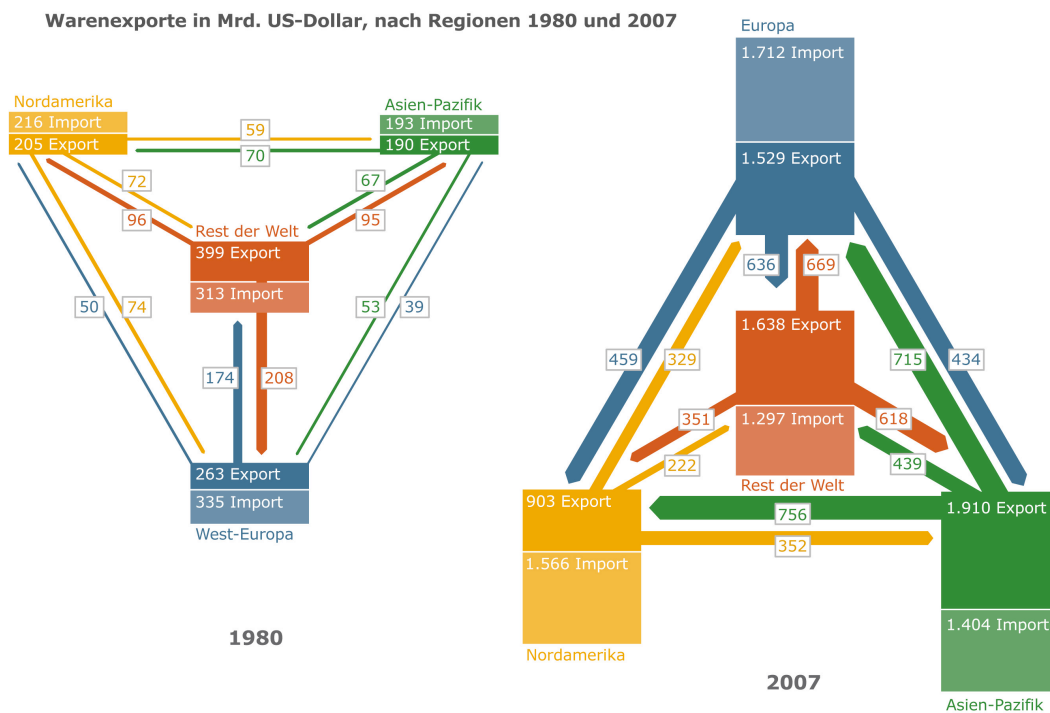
Wirtschaft und Gesellschaft sind nicht statisch, sondern befinden sich fortlaufend im Wandel. In der historischen Perspektive zeigen sich die Auswirkungen dieser Veränderungen immer wieder in der Standortwahl von Unternehmen. Der sich im Laufe der Zeit abzeichnende Bedeutungsverlust der räumlichen Nähe zu natürlichen Rohstoffen im Zuge des anhaltenden wirtschaftlichen Strukturwandels ist hierfür ein gutes Beispiel. So ist auch zu erwarten, dass sich gegenwärtige Entwicklungen und Trends auf die Bedeutung verschiedener Standortfaktoren niederschlagen.

Zu den grundlegenden, auf vielfältige Weise miteinander verknüpften und ineinandergreifenden, Entwicklungen gehören:

- die fortschreitende **Globalisierung und europäische Integration**, d.h. die zunehmende weltweite und innereuropäische Verflechtung in verschiedener, insbesondere auch ökonomischer Hinsicht. Der Abbau von Grenzhemmnissen und Handelsschranken, die grenzüberschreitende Mobilität von Kapital sowie die Verbreitung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien tragen dazu bei, einen fortschreitenden Prozess der räumlichen bzw. rechtlichen Arbeitsteilung – etwa durch Auslagerung bestimmter Funktionen – zu ermöglichen. Damit verbunden sind u.a. eine Zunahme des internationalen Warenverkehrs (vgl. Abb. 7) und ein entsprechend starkes Wachstum in den Bereichen Transport und Logistik²⁶. Weiterhin zu beobachten sind eine Intensivierung des Wettbewerbs- und Innovationsdrucks auf Unternehmen und des Standortwettbewerbs unter Gebietskörperschaften sowie eine stärkere Spezialisierung, die wiederum eine wachsende Bedeutung flexibler, strategischer Partnerschaften in Industrie und Dienstleistungen zur Folge hat (vgl. Schubert/Klein 2006; Cooke et al. 2007: 26f; Gornig/Ring 2001: 28; Görzig et al. 2007: 43; Healey/Ilbery 1990: 143; Mielke 2002: 6);

²⁶ So nahm allein die Luftfracht zwischen 1986 und 2003 um durchschnittlich acht Prozent jährlich auf ein Volumen von 55 000 Tonnen pro Tag zu (vgl. Bundeszentrale für politische Bildung 2006a); auf die Seefracht entfallen gegenwärtig über 90 Prozent des internationalen Warenhandels – ihr Volumen nahm zwischen 1985 und 2004 um knapp sechs Prozent jährlich auf 27 635 Milliarden Tonnen-Meilen zu (vgl. Bundeszentrale für politische Bildung 2006b).

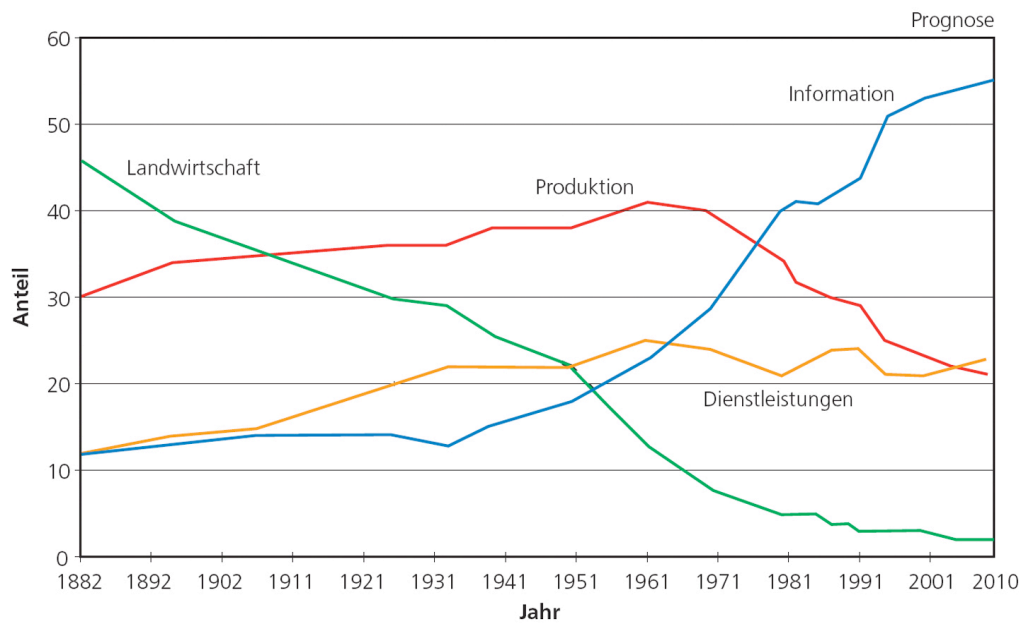
Abb. 7: Ein Aspekt der Globalisierung: weltweite Zunahme der Warenexporte



Quelle: Bundeszentrale für politische Bildung 2009

- die wachsende Bedeutung von Informations- und Kommunikationstechnologien und die damit einhergehende zunehmende **Technisierung und Informatisierung** der Arbeitswelt wie auch des Alltags. Technische Entwicklungen gelten als einer der zentralen Treiber des wirtschaftlichen Strukturwandels, indem sie u.a. die Organisationsmöglichkeiten, Produktionsbedingungen, Kostenstrukturen und die Branchenstruktur beeinflussen (vgl. Böhme et al. 2006: 17). Darüber hinaus tragen insbesondere die Informations- und Kommunikationstechnologien wesentlich zur Ermöglichung größerer zeitlicher und räumlicher Flexibilität und damit zu einer größeren zeitlichen und räumlichen Ausdehnung bei;
- der **sektorale Strukturwandel**, d.h. die relative Gewichtsverschiebung vom primären (v.a. Landwirtschaft) und sekundären (Produktion) Wirtschaftssector hin zum tertiären Sektor (Dienstleistungen) (siehe z.B. DESTATIS et al. 2008: 115). Diese Gewichtsverschiebung wird in erster Linie anhand der Entwicklung der Beschäftigtenzahlen nachvollzogen. Wird statt von drei von vier Wirtschaftssektoren ausgegangen – nach diesem Modell umfasst der tertiäre Sektor primäre Dienstleistungen (dazu gehören allgemeine Dienste wie Reinigung oder Bewirtung sowie Büro- und Handelstätigkeiten), der quartäre Sektor sekundäre Dienstleistungen bzw. informations- und wissensintensive Tätigkeiten (dazu gehören Betreuungs- und Beratungsdienste sowie Tätigkeiten in den Bereichen Organisation/Management und Forschung/Entwicklung, für die meist Hochschulabschlüsse als nötig erachtet werden) – so zeigt sich, dass die relative Zunahme an Beschäftigten insbesondere auf den quartären Sektor zurückzuführen ist (vgl. Dostal 2001: 32-35 und siehe Abb. 8);

Abb. 8: Entwicklung der Erwerbstätigenanteile im Vier-Sektoren-Modell



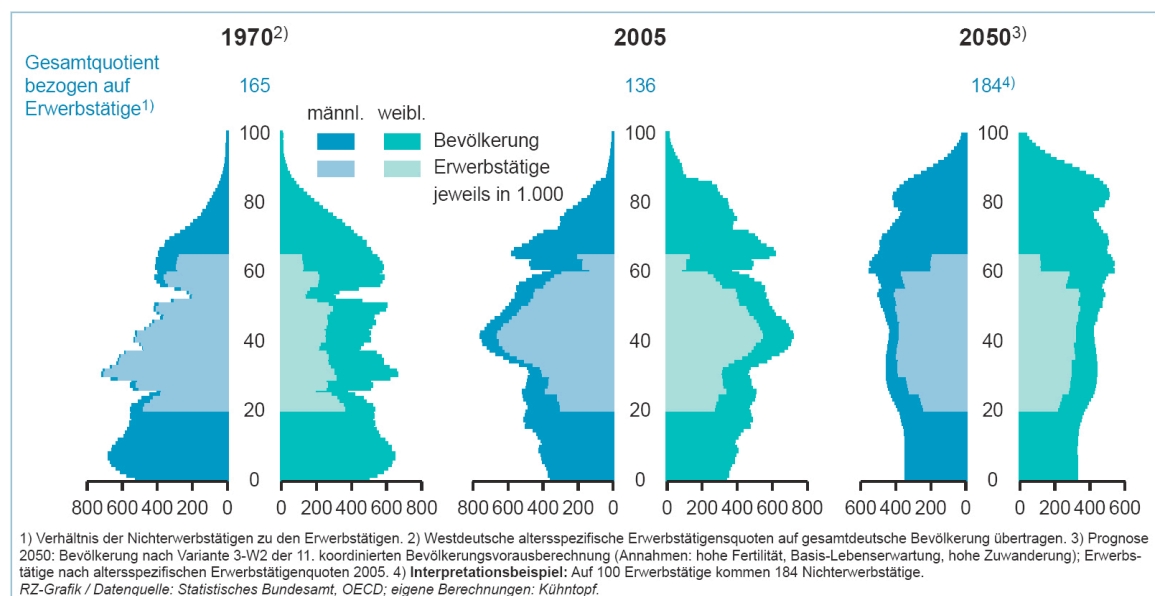
Quelle: Dostal 2001: 33

- der **branchenstrukturelle Wandel**, d.h. die Veränderung, Verlagerung und Ausdifferenzierung von Branchenstrukturen innerhalb der Wirtschaftssektoren. Beispielhaft kann die vergleichsweise starke Zunahme der Beschäftigten in unternehmensorientierten Dienstleistungen – etwa im Beratungsbereich – genannt werden: Sie stieg in der zweiten Hälfte der 1990er-Jahre fünfmal so stark an wie im Durchschnitt der Dienstleistungsbranchen (vgl. Gornig/Ring 2001: 40).
- der **funktionale Strukturwandel**, d.h. die Veränderung und Ausdifferenzierung von Tätigkeitsfeldern – und damit Tätigkeitsarten sowie Berufsbildern – innerhalb der Wirtschaftssektoren, Branchen und einzelnen Unternehmen. So verwischen sich auch die Grenzen zwischen Produktions- und Büroarbeit immer mehr. Ein anhaltender Trend ist etwa die zunehmende Technisierung auch in traditionell handwerklichen Berufen, die wiederum veränderte Tätigkeitsarten mit sich bringt (z.B. im Tischlereihandwerk die CAD-basierte Programmierung von und Arbeitsausführung durch computergesteuerte CNC-Fräsen). Innerhalb der Industrie zeigte sich bspw. in den letzten Jahren anhand der Beschäftigtenentwicklung eine Verlagerung von Tätigkeiten in der Fertigung hin zum Bereich Forschung und Entwicklung (vgl. Gornig/Ring 2001: 46);
- die derzeit meist mit den Begriffen **Wissensgesellschaft** und/oder **Kreativwirtschaft** assoziierte Zunahme der Bedeutung von Wissen, Information und Kreativität als Ressourcen mit wachsender ökonomischer Relevanz und damit wachsendem Einfluss auf die gesellschaftliche Entwicklung. Damit gewinnen auch die Fähigkeiten, Wissen, Informationen und Ideen zu generieren, zu organisieren, zu verarbeiten und weiterzuentwickeln an Bedeutung (vgl. Cooke et al. 2007: 26f; Lotter 2009: 8, 17ff, 117). In diesem Zusammenhang zeichnet sich eine fortschreitende Akademisierung der Arbeitswelt ab, d.h. der Anteil der Hoch-

qualifizierten (im Sinne eines Hochschulabschlusses) an den Erwerbstätigen nahm in den letzten Jahren deutlich zu (von 12 Prozent 1991 auf 17 Prozent 2003; DESTATIS 2004: 59);

- der **demografische Wandel**, d.h. die Entwicklung eines zunehmenden Übergewichts der Sterbe- im Vergleich zur Geburtenrate bei gleichzeitig zunehmender Langlebigkeit, Vielfalt von Lebensentwürfen und Heterogenität der Bevölkerung (vgl. Tivig/Hetze 2007: 4). Auf gesamtdeutscher Ebene zeichnet sich eine zunehmende Alterung der Bevölkerung bereits deutlich ab, die Einwohnerzahl ist seit 2003 – trotz positiver Außenwanderungssalden²⁷ – rückläufig und weitere Bevölkerungsverluste sind zu erwarten. Heterogener wurde die Bevölkerung nicht zuletzt infolge der Zuwanderung, die neben den Bevölkerungsverlusten auch die Alterung der Bevölkerung zeitweise etwas abmilderte (vgl. Tivig/Hetze 2007: 45). Im Gesamtbild resultieren aus dem demografischen Wandel neben einer wachsenden Belastung der Sozialsysteme u.a. eine zunehmende Heterogenität²⁸ und Alterung der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter sowie ein Rückgang an potenziell verfügbaren Arbeits- bzw. Fachkräften (vgl. Abb. 9; Bundeszentrale für politische Bildung o.J.);

Abb. 9: Demografischer Wandel: Anteil Erwerbstätiger an der Gesamtbevölkerung



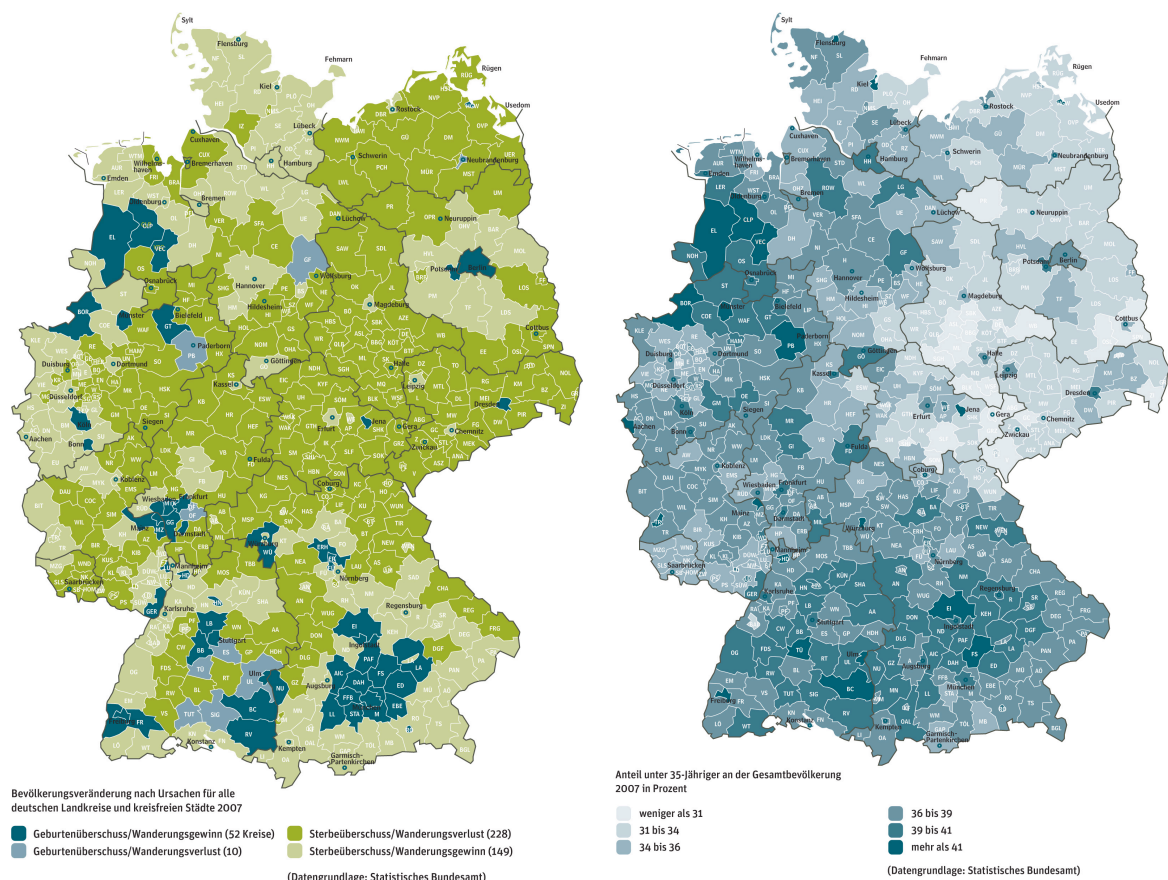
Quelle: Tivig/Hetze 2007: 10

²⁷ Auch wenn der Bevölkerungsrückgang in den letzten Jahrzehnten durch Zuwanderungsgewinne kompensiert bzw. deutlich gemildert wurde (ohne sie würde die Bevölkerung bereits seit 1972 sinken), schrumpft die Einwohnerzahl seit 2003 trotz positiver Außenwanderungssalden (vgl. Tivig/Hetze 2007: 7).

²⁸ Ein Grund für die wachsende Heterogenität der *Beschäftigten* ist in der zunehmenden Erwerbstätigkeit der Frauen zu sehen – ihre Erwerbsquote nahm zwischen 1996 und 2006 um knapp vier Prozentpunkte auf 44,7 Prozent zu, während jene der Männer leicht zurückging (2006: 56,6 Prozent) (vgl. DESTATIS et al. 2008: 113).

- die **Binnenwanderung**, welche die Effekte des demografischen Wandels auf Ebene einzelner Teilräume verstärkt bzw. abschwächt. Geografisch verläuft die Wanderung zumeist von „Ost nach West, von Nord nach Süd und vom Land in die Städte“ (Tivig/Hetze 2007: 42; vgl. Abb. 10)²⁹. Auch die demografische Tendenz ist deutlich: Insbesondere jüngere, gut ausgebildete Menschen verlassen strukturschwache Räume. Aus diesen Entwicklungen entsteht eine Verschärfung der regionalen Disparitäten u.a. im Hinblick auf die Innovationskraft, das vorhandene Arbeitskräftepotenzial und die Zukunftsaussichten verschiedener Räume sowie eine wachsende Konkurrenz von Städten und Regionen um „produktive junge Menschen“ (Kröhnert et al. 2006: 4).

Abb. 10: Regionale Disparitäten: Bevölkerungsveränderung und Anteil Unter-35-Jähriger



Quelle: Weber/Klingholz 2009: 19, 21

²⁹ Dennoch bestehen erhebliche Unterschiede auch zwischen einzelnen Räumen desselben Typs – so „profitieren“ nicht alle Städte von der Binnenwanderung und selbst in wachsenden Stadtregionen gibt es schrumpfende Teilräume.

- die zunehmende **Individualisierung** – sowohl gesellschaftlich etwa im Sinne der zunehmenden Zahl allein lebender Personen als auch wirtschaftlich im Sinne einer zunehmenden Ausdifferenzierung, Personalisierung und Spezialisierung von Produkten und Dienstleistungen. Damit kongruent ist der Wandel von einem „Anbietermarkt“ zu einem „Nachfragermarkt“, aufgrund dessen Steuerungs- und Distributionsfunktionen sowie – in Zusammenhang mit der Verkürzung von Produktlebenszyklen – Beratungsfunktionen und Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten an Bedeutung gewinnen (vgl. Gornig/Ring 2001: 27);
- bei aller Uneinigkeit über die genaue Definition und bei allen Schwierigkeiten der Messbarkeit: die Entwicklung der **Nachhaltigkeit** zu einem übergeordneten Leitbild, insbesondere angesichts beschränkter, knapper werdender natürlicher Ressourcen und des Klimawandels. Die Hinwendung zur (deutlich älteren) Thematik der Nachhaltigkeit zeigt sich auf öffentlicher Seite etwa in der Gründung des Rats für Nachhaltige Entwicklung 2001 und zahlreichen Lokale-Agenda-21-Initiativen, auf privatwirtschaftlicher Seite z.B. in der wachsenden Anzahl jährlicher Nachhaltigkeits- und Umweltberichte, die von Unternehmen erstellt werden (im Jahr 2009 über 150; Willenbrock 2009).

Zusammenfassend und auf Unternehmen bezogen können angesichts dieser Entwicklungen zahlreiche Veränderungstendenzen festgestellt werden. Diese beziehen sich u.a. auf

- die bestehenden Unternehmensarten und -größen,
- die Unternehmensorganisation (in räumlicher, zeitlicher, hierarchischer und funktionaler Hinsicht),
- die (potenziellen) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und deren Arbeitsweisen,
- den Gegenstand der Arbeit bzw. deren Produkte,
- das Verhältnis zu anderen Unternehmen (gegenseitige Abhängigkeiten) sowie nicht zuletzt
- die gesellschaftlichen und politischen Erwartungen, die an Unternehmen gerichtet werden.

4.2 Thesen: Entwicklung von Standortfaktoren und Standortwahl

Solch tief greifende Entwicklungen können kaum ohne räumliche Folgen bleiben. Diese Folgen zu benennen und einzuschätzen ist angesichts der gegebenen Komplexität jedoch kein leichtes Unterfangen. Nicht oder nur in bestimmten Hinsichten eingetretene Erwartungen wie der „Tod der Distanz“ infolge der wachsenden Bedeutung der Informations- und Kommunikationstechnologien (vgl. Cairncross 1997) illustrieren beispielhaft, dass auch die in den folgenden Thesen formulierten Erwartungen nicht zwingend eintreten müssen³⁰.

Zu den in der Literatur der letzten Jahre anzutreffenden Erwartungen in Bezug auf die Folgen aktueller Entwicklungen für Standortwahl und Standortfaktoren gehören:

- eine **weitere Ausdifferenzierung von Standortfaktoren** in Verbindung mit der weiteren Ausdifferenzierung von Branchen, Unternehmensarten, Arbeitsweisen, Organisationsformen u.Ä. im Zuge des Strukturwandels;
- die Entwicklung von **Arbeitsmärkten für Hochqualifizierte** zum zentralen Standortfaktor angesichts des zunehmenden Bedarfs an Hochqualifizierten bei gleichzeitigem Bevölkerungsrückgang;
- eine wachsende Bedeutung **weicher Standortfaktoren** (wie Gestaltungsstandards, Arbeitsatmosphäre, Freizeitwert und Multifunktionalität der Umgebung) um hochqualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anzuziehen und zu halten und um möglichst passende Umfeldler für produktive „Kopfarbeit“ der Wissens- und Kreativtätigkeiten zu sichern;
- darunter auch eine wachsende Bedeutung des **Image bzw. Erscheinungsbilds und Bekanntheitsgrads** eines Standorts, sowohl in Bezug auf bestimmte Räume (Adresse, Stadt(teil), Gewerbegebiet, Region etc.) als auch auf die Gestaltung des Standorts an sich (z.B. Architektur des Unternehmensgebäudes, landschaftsplanerische Gestaltung des Gewerbegebiets). Dies wiederum mit der Motivation, geeignete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anzuziehen und zu halten, aber auch um auf diesem Wege (möglicherweise als Element einer Corporate Identity) eine bestimmte Botschaft zu vermitteln (etwa der Transparenz, Solidität oder Innovativität) und so ggf. auch unsichtbaren Produkten ein „Gesicht“ zu verleihen;
- eine wachsende Bedeutung der **räumlichen Nähe** direkt oder indirekt miteinander verbundener Unternehmen und Einrichtungen zur Erleichterung der Netzwerkbildung und der – etwa für Innovationsprozesse wichtigen – Übertragung von (implizitem) Wissen durch Face-to-Face Kontakte;
- in diesem Zusammenhang speziell auch eine wachsende Bedeutung der räumlichen Nähe zu **Hochschulen und Forschungseinrichtungen** als Orte der Wissensgenerierung und -vermittlung sowie als Konzentrationspunkte für Unternehmens- und Wissensnetzwerke in Verbindung mit der zunehmenden Schwerpunktsetzung auf Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten und des Wachstums der Wissens- bzw. Kreativwirtschaft;

³⁰ Es handelt sich hierbei um Aussagen zur künftigen Entwicklung auf einem Gebiet das vielerlei – auch noch nicht erfassten – Einflüssen unterliegt und entsprechend nicht präzise vorhersehbar ist. Aufgrund dessen werden sämtliche Zukunftsprognosen – auch wenn sie nicht selten als gesicherte Tatsachen dargestellt werden – als Thesen bzw. Erwartungen betrachtet.

- eine wachsende Bedeutung von **Standorten mit besonderer Ausrichtung** zur gezielten Deckung spezifischer Standortanforderungen bestimmter Branchen und der gleichzeitigen Förderung der Netzwerk- bzw. Clusterbildung;
- ein Bedeutungsgewinn **innerstädtischer bzw. urbaner, gemischt genutzter Räume** als Standorte gerade für die zunehmende Anzahl stadtverträglicher (nicht emittierender und häufig kleiner) Unternehmen insbesondere der Wissens- bzw. Kreativwirtschaft und deren von neuen, flexiblen Lebens- und Arbeitsformen geprägten (nicht selten selbständiger) Träger bzw. Arbeitskräfte, für die insbesondere die zeitliche und räumliche Trennung von Arbeit, Wohnen und Freizeit an Bedeutung verliert, wohingegen die selbstverantwortliche Arbeitseinteilung an Bedeutung gewinnt. Dabei spielen Standortfaktoren wie Multifunktionalität bzw. Dichte an Einrichtungen und Dienstleistungen, die Funktion als „Zufallsgeneratoren“ für Kontakte, Informationen und Gelegenheiten (Läpple 2004: 71), eine multimodale und schnelle Erreichbarkeit aus Nah und Fern, darüber hinaus ggf. auch: geringe Mieten, die Möglichkeit zur Umnutzung leer stehender Flächen und die Anwesenheit bestimmter Milieus eine zentrale Rolle;
- demgegenüber aber auch ein Bedeutungsgewinn von **Standorten an Verkehrsachsen und -knotenpunkten** außerhalb urbaner Zentren in Zusammenhang mit der zunehmenden Bedeutung logistischer Funktionen, wobei insbesondere Standortfaktoren wie eine verkehrlich günstige Lage, niedrige Flächenpreise und die Möglichkeit des 24-Stunden-Betriebs von Bedeutung sind.

Thesen speisen sich in der Regel aus einem Zusammenwirken verschiedener Informations- und Inspirationsgrundlagen und formulieren Annahmen über künftige Entwicklungen. Neben Szenarien und Prognosen können dabei Zuschreibungen ebenso wie Prozesse der „rekursiven Selbstbestätigung“ (Grabow et al. 1995: 43) eine Rolle spielen.

Vor diesem Hintergrund sollen nach einer kurzen Beleuchtung zweier zentraler Forschungsansätze die Auseinandersetzungen mit Standortfaktoren- und Standorttypen-Studien der letzten Jahre zeigen, ob auf ihrer Grundlage Erkenntnisse zur (veränderten) Bedeutung verschiedener allgemeiner als auch branchen- bzw. unternehmensspezifischer Standortfaktoren möglich sind sowie ob und wie sich die thesenhaft formulierten Erwartungen bereits in der empirischen Forschung widerspiegeln.

4.3 Ansätze: Ermittlung von Standortfaktoren

In der empirischen Ermittlung von Standortfaktoren können in erster Linie zwei grundlegende methodische Ansätze unterschieden werden:

- **Die Befragung von Unternehmen in Standortfaktoren-Studien:** In der Regel wird für diese Vorgehensweise zunächst eine Stichprobe von Unternehmen gewählt, die in Bezug auf eine oder mehrere Größen repräsentativ ist (z.B. repräsentativ für die Wirtschaftsstruktur der Region und/oder für eine bestimmte Branche). Diese Unternehmen werden daraufhin im Rahmen einer Befragung darum gebeten, die Bedeutung von und ggf. auch ihre Zufriedenheit mit einzelnen Standortfaktoren einzuschätzen. Dies geschieht üblicherweise anhand einer vorgegebenen Liste von Standortfaktoren. Resultat sind Ranglisten von Standortfaktoren, die z.B. Auskunft über die zehn bedeutendsten Faktoren einer Branche liefern sollen.
- **Die Analyse der Standortwahl von Unternehmen in Standorttypen-Studien:** Kern dieser Methode sind Beobachtungen, die in der Regel auf kleinräumiger Ebene (z.B. in ausgewählten Gewerbegebieten einer Kommune oder einer Region) angestellt werden, um daraus Rückschlüsse auf die ausschlaggebenden Charakteristika verschiedener Standorttypen – und damit explizit oder implizit auch Standortfaktoren – zu ziehen. Die Beobachtungen thematisieren dabei in der Regel „schnappschussartig“ den Zustand zum Zeitpunkt der Erhebung (z.B. wie viele Unternehmen welcher Branchen sind wo angesiedelt?).

In den betrachteten Studien der letzten Jahre ist die erste, expliziter auf Standortfaktoren ausgerichtete Herangehensweise (Unternehmensbefragung) die deutlich gängigere und steht im Mittelpunkt der Auseinandersetzung in diesem Kapitel; in Einzelfällen werden beide Herangehensweisen innerhalb einer Untersuchung verbunden.

Angesichts der in Kapitel 3 dargestellten Dynamik und Differenziertheit von Standortfaktoren und Standortentscheidungen kann in Bezug auf diese Forschungsansätze eine Reihe von Schwierigkeiten und Herausforderungen festgestellt werden. Dazu gehören:

- **Die Logik der Untersuchung entspricht nicht jener der unternehmerischen Standortentscheidung:** Während die Forschung in der Regel einzelne Faktoren getrennt voneinander betrachtet, werden diese von Unternehmen häufig undifferenziert als zu einem Standort gehöriges „Faktorenbündel“ behandelt³¹ (vgl. Bonny 2001: 28; Grabow et al. 1995: 19). Hinzu kommt die Schwierigkeit, dass sich die Sprache der Wissenschaft (im engeren wie im weiteren Sinne) und die von ihr verwandten Begriffe deutlich von jenen der Unternehmen unterscheiden können – mit Missverständnissen und damit verfälschten Ergebnissen als Folge³².

³¹ Bereits Weber erwähnt das hiermit verbundene Frustrationspotenzial: Werden einzelne Industrielle nach den Gründen ihrer Standortwahl gefragt, werden sie „... meist ein merkwürdiges Gemisch von allgemeinen und besonderen Gründen vortragen, ein Gemisch, das bei jeder Fabrik verschieden sein wird und das bei jeder auch die allgemeinen Orientierungsgründe, die es enthält, wieder in einer besonderen individuellen Gruppierung darbieten wird. Derartig, daß man ... zunächst verzweifeln möchte, generelle Formeln für die Wirksamkeit der verschiedenen Allgemeinfaktoren zu finden, ja sie selbst auch nur limitativ völlig zu bestimmen“ (Weber 1922: 15).

³² Ein Versuch zum Umgang mit diesen Schwierigkeiten stellt die in der Produktforschung gängige und auf die Standortfaktoren-Forschung übertragene Conjoint-Analyse dar: Siehe dazu Bonny 2001: 28f.

- **Die Auswahl der betrachteten Standortfaktoren ist zu eingeschränkt oder einseitig:** Aus der schier unendlichen Zahl von Standortfaktoren muss eine Auswahl getroffen werden. Welche Faktoren am Ende zur Untersuchung stehen ist allerdings von zentraler Bedeutung, denn nur über sie kann eine Aussage getroffen werden – alle übrigen bleiben außen vor, was ihre Bedeutungslosigkeit impliziert. Gleichzeitig bestehen aber nur sehr ungefähre Orientierungsmöglichkeiten für die Auswahl der Faktoren: Das Wissen über unternehmerische Standortentscheidungsprozesse ist gering; die Abstützung auf frühere Studien kann aufschlussreich sein aber auch zu Replikationsproblemen führen (insbesondere zu systematischen Unter- bzw. Überbewertungen einzelner Standortfaktoren); Standortfaktoren, ihre Bedeutung und die wirtschaftlichen wie gesellschaftlichen Rahmenbedingungen befinden sich konstant im Wandel und es entstehen immer wieder neue Unternehmenstypen, die noch kaum erforscht sind. Entsprechend ist bei der Auswahl der zu untersuchenden Standortfaktoren immer auch ein experimentelles Element des „Stocherns im Dunkeln“ mit dabei. Mit dieser Problematik verbunden ist auch die Frage nach Anzahl und Detaillierungsgrad der betrachteten Faktoren: Weder sollten es zu wenige oder zu grob gefasste sein, noch sollten sie zu zahlreich oder detailliert sein – eine ideale Formel gibt es jedoch nicht.
- **Die Ergebnisse sind stark kontextabhängig:** Insbesondere für die erste Vorgehensweise ist es von erheblicher Bedeutung, ob Unternehmen in Zusammenhang mit konkreten Standortentscheidungen befragt oder um allgemeine Einschätzungen gebeten werden (vgl. Grabow et al. 1995: 18). Darüber hinaus können unterschiedliche Standortfaktoren in verschiedenen Phasen des Lebenszyklus eines Unternehmens unterschiedlich große Rollen spielen (vgl. Kapitel 3.4). Auch zeigen sich u.a. Abhängigkeiten zwischen der Einschätzung der Bedeutung von Faktoren und dem Siedlungstyp (vgl. Grabow et al. 1995: 21f), in dem sich das Unternehmen zum Zeitpunkt der Befragung befindet, sowie der Person im Unternehmen, die die Bedeutungseinschätzung vornimmt.
- **Die Betrachtung der Wirkungsrichtung von Standortfaktoren ist einseitig:** In empirischen Untersuchungen werden Standortfaktoren in der Regel in ihrer Eigenschaft als Pull-Faktoren betrachtet, d.h. es wird versucht zu ermitteln, was Unternehmen „wollen“. Kaum Beachtung findet allerdings die entgegengesetzte Wirkung von Standortfaktoren als Push-Faktoren, die Unternehmen Probleme bereiten und häufig Hauptgrund für Verlagerungen sind (vgl. Kapitel 3.2 und 3.4).
- **Die Kategorisierung von Unternehmen nach Branchen ist nur eingeschränkt aussagekräftig:** Die Bedeutung von Standortfaktoren wird überwiegend in Bezug auf einzelne (Teil-)Sektoren oder Branchen untersucht. Damit wird – meist implizit – die Annahme getroffen, dass die (wie auch immer definierte) Branchenzugehörigkeit eines Unternehmens die aussagekräftigste Differenzierungsmöglichkeit ist. Während dieser historisch verwurzelte Ansatz mit Sicherheit auch nach wie vor seine Berechtigung hat, ist durchaus fraglich, ob er in jedem Falle als zentrale oder besonders als alleinige Differenzierung angemessen ist: Die Branchenstruktur hat sich im Zuge des Strukturwandels stark ausdifferenziert, und gerade in neueren Wirtschaftsbereichen fällt die Zuordnung von Unternehmen zu einer bestimmten Branche schwer. So kann insbesondere die alleinige Betrachtung der Branche(n) zur Über-

deckung anderer – potenziell mit mehr Aussagekraft versehener – Unterscheidungskriterien wie Organisationsform, Unternehmensgröße, Arbeitsweise usw. führen.³³

Diese und andere Ausgangsschwierigkeiten bzw. -herausforderungen haben zur Folge, dass die Studien und ihre Ergebnisse sehr unterschiedlich sind. Hinzu kommt das Problem der nicht selten mangelhaften Dokumentation (bzw. Publikation derselben), was eine Einschätzung der jeweiligen Studienergebnisse praktisch unmöglich macht. So bleibt festzuhalten, dass es sich bei den Ergebnissen von Untersuchungen zu Standortfaktoren von vornherein immer nur um Näherungswerte handelt – wobei sich der Grad der Näherung von einer Studie zur nächsten erheblich unterscheiden kann.

Im Rahmen dieser Arbeit wurden daher zwei Qualitätsmerkmale zur Auswahl von Studien, auf die Aussagen zur Bedeutung von Standortfaktoren gestützt werden, herangezogen:

- 1 Das Vorhandensein zumindest grundlegender Angaben zur Vorgehensweise und zu den untersuchten Unternehmen (insbesondere Branche/Art und Anzahl) sowie
- 2 der Einbezug zumindest einiger differenzierender Aspekte wie Unternehmensgröße, Arbeitsweise, räumlicher Betrachtungsebene usw.

³³ Ein Ansatz zur Gewinnung von Erkenntnissen über die Bedeutung verschiedener Unterscheidungskriterien läge in der Durchführung breiter angelegter Studien, in der neben verschiedenen Branchen auch Organisationsformen, Unternehmensgrößen, Arbeitsweisen usw. Berücksichtigung fänden und damit die Ergebnisse der einzelnen Unternehmen zur Bedeutung von Standortfaktoren auch nach diesen Kriterien gruppiert werden könnten.

4.4 Forschung: Standortfaktoren-Studien der letzten Jahre

In den letzten Jahren wurden zahlreiche Studien erstellt, in denen die Auseinandersetzung mit Standortfaktoren eine zentrale Rolle spielt. Neben „reinen“ Standortfaktoren-Studien (z.B. zu Standortfaktoren und ggf. der Standortzufriedenheit von Unternehmen in einer bestimmten Region) gehören dazu auch solche, in denen die Frage nach Standortfaktoren einen Aspekt unter mehreren darstellt (etwa in Studien zur Standortverteilung bestimmter Branchen) oder in denen sie als Teil einer Argumentationsbasis dient (bspw. für die Entwicklung von Gewerbeflächenkonzepten oder -prognosen).

Unabhängig von den verschiedenen Ausrichtungen oder Einbettungen ist diesen Standortfaktoren-Studien – wie sie im Folgenden der Einfachheit halber zusammenfassend genannt werden sollen – gemein, dass sie in der Regel methodisch auf Unternehmensbefragungen basieren (vgl. Kapitel 4.3) und zur Darstellung ihrer Ergebnisse unterschiedlich geartete Ranglisten von Standortfaktoren produzieren. Als anschauliches Kondensat der Befragungsergebnisse sind es dann auch meist diese Ranglisten, auf deren Basis in den Studien selbst oder in anderen Auseinandersetzungen mit dem breiteren Thema der Standortwahl und -entwicklung Argumentationen aufgebaut werden.

Die Tabelle in Anhang 1, auszugsweise auf der folgenden Seite dargestellt, bietet einen Überblick der betrachteten Studien³⁴. Sie ergänzt die Ranglisten – und damit die zentralen Forschungsergebnisse in Bezug auf Standortfaktoren – soweit möglich mit einigen zentralen Rahmendaten wie den jeweiligen Unternehmensgrößen-, Branchen- oder dem räumlichen Fokus und mit Eckdaten der jeweiligen Untersuchung.

³⁴ Neben den im Mittelpunkt der Betrachtung stehenden Untersuchungen der letzten ca. 15 Jahre wurden zum beispielhaften Vergleich auch einige ältere Studienergebnisse aus den Jahren 1979-1982 in die Übersicht mit aufgenommen.

Tab. 3: Überblick zu Standortfaktoren-Studien der letzten Jahre: Beispielhafter Auszug

Jahr der Studie ▶	2004	2005	2006	2006	2006	
Quelle ▶	Mundellus/Hertzsch 2005 S. 232 DIW	Stadt Kassel/Planquadrat 2005 S. 69	Janelscheck 2006 S. 5 Ernst & Young Real Estate	Baden/Schmid 2007 S. 4ff IAB	Fischer et al. 2007 S. 26 IAB Betriebspanel	
Fokus Unternehmensgröße	gemischt	55% bis zu 10 Beschäftige, gut 30% 10-100 Besch., Rest: bis über 500 Besch.	gemischt	gemischt	gemischt	
Fokus räuml. Ebene	mikro-meso (Stadtteil-Gesamtstadt)	mikro-meso	meso (Gesamtsstädte)	mikro-meso	mikro-meso	
Fokus Branchen	Musikwirtschaft	gemischt	gemischt	gemischt	gemischt	
Fokus Region	Berlin	Kassel	Großstädte Deutschlandweit	Hessen	Deutschland	
Weitere Angaben	Titel "Berlin – da steckt Musik drin" Untersuchung zum Standortverhalten und Organisationsstrukturen/-netzwerken der Unternehmen schriftl. Befragung von ca. 50 Unternehmen	Titel "Gewerbeflächenbedarf und verfügbare Gewerbeflächen in Kassel" Befragung von 200 Betrieben	Titel "Deutsche Großstädte: Zufriedenheit der Unternehmen mit ihrem Standort" Befragung (telefonisch & online) von jeweils 100 Unternehmen in den 20 einwohnerstärksten Städten	Standortfaktoren in Hessen - Ergebnisse aus dem IAB-Betriebspanel - Hessen 2006 Mündliche Befragung von 1030 Betrieben zu 12 Standortfaktoren, repräsentativ für Hessen	Titel "Standortbedingungen und Beschäftigung in den Regionen West- und Ostdeutschlands" // Befragung v. ca. 16.000 Betrieben, Ergebnisse repräsentativ für alle Betriebe mit sozialvers.pfl. Beschäftigten // Schwerpunkt 2006: Standortbewertung - Befragung zu 12 SF	
Ggf. weitere Anmerkungen / Unterscheidungskriterien	Aufgelistete Faktoren: Nach Bedeutung für das Unternehmen	Rückschluss auf die Bedeutung der Standortfaktoren basierend auf Häufigkeit der Nennung "ohne Belang" bei der Frage nach der Einschätzung des derzeitigen Standorts	Ranking der Standortfaktoren nach Wichtigkeit	Bedeutung einzelner Standortfaktoren nach Anzahl Nennungen "äußerst wichtig / sehr wichtig"	Durchschnittl. Bedeutung der Standortfaktoren für den eigenen Betrieb & %-Angaben für "äußerst" bzw. "sehr wichtig"	
Standortfaktoren ▼	<div>1. Lage des Standorts</div> <div>2. Inspirierendes Klima und Kultur</div> <div>3. Personalkosten</div> <div>4. Angebot an qualifiziertem Personal im kreativen Bereich</div> <div>5. Telekommunikation</div> <div>6. Verkehrsinfrastruktur</div> <div>7. Kosten Gewerbeflächen/ Büromieten</div> <div>8. Angebot an qualifiziertem Personal im technischen Bereich</div> <div>9. Angebot an qualifiziertem Personal im Management-Bereich</div> <div>10. Steuern und Abgaben</div> <div>11. Lebens- und Freizeitqualität</div> <div>12. Angebot an Personal im administrativen Bereich</div> <div>13. Privatfinanzierungsmöglichkeiten</div> <div>14. Öffentl. Förderangebote</div> <div>15. Aus- und Weiterbildung</div> <div>16. Unterstützung durch Behörden und Politik</div> <div>17. Nähe zu EU-Beitrittsländern</div> <div>18. Branchenbezogenes Messe- und Ausstellungsangebot</div> <div>19. Unterstützung durch Kammern und andere Wirtschaftsverbände</div> <div>20. Nähe zu Universitäten und Forschungseinrichtungen</div>	<div>1. Verkehrsanbindung</div> <div>2. Kundennähe</div> <div>3. Qualität der Arbeitskräfte</div> <div>4. Arbeitskräfte</div> <div>5. Infrastruktur</div> <div>6. Zuschnitt</div> <div>7. Image der Stadt</div> <div>8. Standort-Image</div> <div>9. Erschließung</div> <div>10. Flächenangebot</div> <div>11. Immissionen</div> <div>12. Service</div> <div>13. Testlabor</div> <div>14. Bibliothek</div> <div>15. Patentauslegestelle</div>	<div>1. Standortkosten (Steuern, Grundstücks- und Immopreise, Gebühren)</div> <div>2. Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften</div> <div>3. Verkehrsanbindung/Infrastruktur</div> <div>4. Gehalts- und Lohnniveau</div> <div>5. Effizienz und Wirtschaftsfreundlichkeit der Stadtverwaltung, Politik, Serviceeinrichtungen</div> <div>6. Attraktivität der Stadt/Region</div> <div>7. Fördermöglichkeiten</div> <div>8. Nähe zu Kunden</div> <div>9. Lebenshaltungskosten</div> <div>10. Kaufkraft in der Region</div> <div>11. Image der Stadt/Region als Unternehmensstandort</div>	<div>1. Kundennähe</div> <div>2. Qualität des Fachkräfteangebots</div> <div>3. Preisniveau für Energie und Wasser</div> <div>4. Büro-, Ladenmieten, Preisniveau Gewerbeflächen</div> <div>5. Zusammenarbeit mit Behörden</div> <div>6. Kommunale Steuern</div> <div>7. Überregionale Verkehrsanbindung</div> <div>8. Nähe zu Lieferanten</div> <div>9. Regionales Lohnniveau</div> <div>10. Attraktivität für Arbeitskräfte</div> <div>11. Verfügbarkeit von Gewerbeflächen</div> <div>12. Nähe zu Forschungseinrichtungen bzw. Hochschulen</div>	<div>1. Kundennähe</div> <div>2. Qualität Fachkräfteangebot</div> <div>3. Preisniveau Energie/Wasser</div> <div>4. Kommunale Steuern</div> <div>5. Zusammenarbei mit Behörden</div> <div>6. Regionales Lohnniveau</div> <div>7. Büro-, Ladenmieten, Preisniveau Gewerbeflächen</div> <div>8. Nähe zu Lieferanten</div> <div>9. Attraktivität für Arbeitskräfte</div> <div>10. Überregionale Verkehrsanbindung</div> <div>11. Verfügbarkeit von Gewerbeflächen</div> <div>12. Nähe zu Forschungseinrichtungen bzw. Hochschulen</div>	<div>1. Nähe zu Kunden (71%)</div> <div>2. Qualität Fachkräfteangebot (53%)</div> <div>3. Preisniveau für Energie/Wasser (43%)</div> <div>4. Kommunale Steuern (27%)</div> <div>5. Regionales Lohnniveau (24%)</div> <div>6. Zusammenarbei mit Behörden (28%)</div> <div>7. Überregionale Verkehrsanbindung (23%)</div> <div>8. Attraktivität für Arbeitskräfte (16%)</div> <div>9. Preisniveau Gewerbefläche, Büro-/Ladenmiete (24%)</div> <div>10. Nähe zu Lieferanten (18%)</div> <div>11. Verfügbarkeit von Gewerbeflächen (10%)</div> <div>12. Nähe zu Forschungs-/Technologiezentren (4%)</div>

Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der genannten Quellen

4.4.1 Bandbreite und Vergleichbarkeit

Eine abstrahierende Betrachtung der Rahmendaten und Studienergebnisse macht die große Bandbreite der Standortfaktoren-Studien deutlich. Diese Bandbreite erschöpft sich jedoch nicht darin, dass der Fokus lediglich auf unterschiedliche Branchen oder Räume gelegt wird. Vielmehr treten mehrere Dimensionen zutage, die auch als Unterscheidungsmerkmale zwischen den Studien herangezogen werden können:

- Die **Varianz der Fokussierungen** ist beträchtlich. Während manche Studien z.B. bestimmte Raumtypen in ganz Deutschland betrachten, stehen bei anderen bestimmte Bundesländer, Stadtregionen oder Städte im Mittelpunkt. Darüber hinaus können die Definitionen gewählter Kategorien deutlich voneinander abweichen – um beim gleichen Beispiel zu bleiben sei stellvertretend auf die Vielzahl der Möglichkeiten zur Definition einer (Stadt-)Region verwiesen³⁵. Nicht zuletzt wird insbesondere bei den betrachteten Sektoren und Branchen unterschiedlich stark differenziert.
- Unter den Fokussierungen bleiben insbesondere die **räumlichen Ebenen**, auf die sich die Studien konzentrieren, weitgehend uneindeutig. In der Regel sind diesbezüglich lediglich grobe Rückschlüsse anhand des städtischen/regionalen Fokus in Kombination mit den erfragten Standortfaktoren möglich. Dabei können zahlreiche Standortfaktoren je nachdem, auf welche räumliche Ebene sie bezogen werden – u.a. die einzelne Immobilie, das Quartier, die gesamtstädtische oder regionale Ebene betreffend – einen unterschiedlichen Bedeutungsgehalt haben. So kann die „ÖPNV-Anbindung“, um ein Beispiel aufzugreifen, ohne räumliche Zuordnung nicht exakt interpretiert werden: Handelt es sich um die „Haltestelle um die Ecke“, um die Anbindung des Stadtteils in bestimmte Richtungen oder um die Dichte des städtischen/regionalen ÖPNV-Verkehrsnetzes?
- Die gewählten **Beschränkungen** sind sehr unterschiedlich. Angesichts der Vielzahl möglicher einzelner Fokussierungen und der daraus resultierenden Kombinationsmöglichkeiten ergeben sich schier zahllose Beschränkungsvarianten. So ist wenig überraschend, dass keine zwei der betrachteten Studien die gleiche Beschränkung aufweisen.
- Je nach Rahmenbedingungen der Studie, der gewählten Fokussierungen und dem Rücklauf schwankt auch die **Zahl der befragten Unternehmen** beträchtlich: Die entsprechende Bandbreite in den betrachteten Studien reicht von 25 bis 16 000 Unternehmen. Dabei ist anzumerken, dass bei kleinen Grundgesamtheiten bereits wenige Ausreißer das Ergebnis – in diesem Falle die Reihenfolge der Standortfaktoren – erheblich beeinflussen können.
- Die **Ranglisten unterscheiden sich in ihrer Sortierung und Gewichtung**. Häufig werden die abgefragten Standortfaktoren einzeln nach ihrer Wichtigkeit (z.B. basierend auf einem Punkteschlüssel oder dem prozentualen Anteil der Nennungen als „sehr wichtig“) sortiert. Dies ist jedoch nicht die einzige Möglichkeit, die Befragungsergebnisse wiederzugeben: z.T. werden die Standortfaktoren nicht einzeln, sondern in Gruppen oder Bedeutungskategorien sortiert (z.B. alle, die am häufigsten als „sehr wichtig“ bezeichnet werden), oder es werden

³⁵ Auch wenn gleiche Raumtypen betrachtet werden, so unterscheiden sich die tatsächlichen Räume dennoch erheblich (z.B. zwei verschiedene Großstädte).

gelegentlich auch nur jene Standortfaktoren überhaupt aufgezählt, die im Schnitt mindestens als „wichtig“ erachtet werden.

- Es resultieren **unterschiedliche Rangfolgen** der einzelnen Standortfaktoren je nachdem, auf welche Ergebnisse der Befragung bei der Listenerstellung zurückgegriffen wird. So kann der Listenplatz – und damit die dem Standortfaktor zugeordnete Bedeutung – erheblich variieren, wenn nur nach der Anzahl der Nennungen als „sehr wichtig“ oder alternativ nach der kombinierten Anzahl der Nennungen als „sehr wichtig“ und „wichtig“ oder etwa auch nach der Anzahl der Nennungen als „unbedeutend“ (also von unten nach oben) sortiert wird (siehe hierzu z.B. die Spalten zu Baden/Schmid 2007 und Stadt Kassel/Planquadrat Dortmund 2005 in Tabelle 3). Darüber hinaus muss ein „hinterer Platz“ nicht zwingend mit einer Bedeutungslosigkeit des betreffenden Standortfaktors einhergehen – auch wenn Ranglisten als Darstellungsmittel das Gegenteil suggerieren.
- Die **Anzahl der aufgezählten Standortfaktoren** unterscheidet sich von einer Studie zur nächsten – meist sind es zwischen fünf und 20. U.a. aufgrund der unterschiedlichen Möglichkeiten zur Listenerstellung kann jedoch nicht automatisch geschlossen werden, dass die in einer Rangliste aufgezählten Standortfaktoren alle abgefragten oder von Unternehmen erwähnten Faktoren darstellen.
- Die aufgezählten **Standortfaktoren sind in keiner der Studien identisch** – dies gilt auch unabhängig von ihrer Reihenfolge. Während manche Standortfaktoren, insbesondere harte allgemeine Standortfaktoren wie die Verkehrsanbindung, der Preis der Immobilie oder die Verfügbarkeit von Arbeitskräften, fast durchweg vorkommen, zeigen sich bei anderen deutliche Unterschiede. Diese können in der Regel auf den Kontext und die Ausrichtung der Studie zurückgeführt werden.
- Der **Detaillierungsgrad** der aufgeführten Standortfaktoren ist zum Teil sehr unterschiedlich (etwa: Verkehrsanbindung oder eine detailliertere Unterscheidung nach Modalitäten). Bei Listen mit detaillierten Unterscheidungen zeigen sich zwischen den einzelnen Sub-Kategorien oft erhebliche Differenzen in der Bedeutungszuordnung – solche sind bei Untersuchungen, die mit generelleren Kategorien oder mit kombinierten Faktoren arbeiten, nicht identifizierbar und damit nicht nachvollziehbar.

Zu diesen in der Regel einigermaßen bekannten Unterscheidungsmerkmalen kommen weitere Eigenschaften der Studien hinzu, die häufig unbekannt sind, das Studienergebnis aber durchaus beeinflussen können. Zu diesen **unsichtbaren Merkmalen** gehören z.B. die Entwicklungsphase, in der sich die befragten Unternehmen befinden, die Rolle/Position der Befragten in den Unternehmen, die Konstellationen der Tätigkeitsarten in den Unternehmen ebenso wie die Befragungsbedingungen (wurden die erfragten Standortfaktoren näher erläutert, um ein eindeutiges Verständnis zu gewährleisten? In welchem Zusammenhang und durch wen fand die Befragung statt?).

Die Auseinandersetzung mit der Bandbreite der betrachteten Standortfaktoren-Studien macht deutlich, dass es sich bei ihnen in vielerlei Hinsicht um Unikate handelt: Sie sind eingebettet in ihren jeweils eigenen Untersuchungskontext und es kommen unterschiedliche Forschungs- und Darstellungsansätze zum Einsatz. Daraus ergeben sich sehr enge Grenzen für die Vergleichbarkeit und Übertragbarkeit der Untersuchungsergebnisse. Die Standortfaktoren aus den

Ranglisten einfach zu „addieren“ um etwa auf *die* drei wichtigsten Standortfaktoren für Handwerksbetriebe zu schließen, kann kaum zu belastbaren Ergebnissen führen – auch wenn dies nicht selten in kleinerem Maßstab, insbesondere in Argumentationen zu Standortentwicklungskonzepten, geschieht.

Eine weitere Problematik ist mit der Betrachtung der Studien im zeitlichen Verlauf verbunden. Allein das neue Auftreten eines Standortfaktors in jüngeren Studien erlaubt keine Rückschlüsse darüber, dass der betreffende Standortfaktor oder die ihm beigemessene Bedeutung an sich „neu“ ist: Es belegt lediglich, dass der Standortfaktor erst seit kurzem im Blick der Forschung präsent ist.

Ähnliche Vorsicht ist auch bei der Bedeutungszuordnung aufgrund von Listenplätzen geboten. Auch wenn die Ranglisten als Darstellungsmittel das Gegenteil suggerieren: Nur, weil ein Standortfaktor auf einem „hinteren“ Platz verzeichnet ist, stellt dies noch keinen Beleg für seine Bedeutungslosigkeit dar. Es bedeutet lediglich, dass die befragten Unternehmen ihn als (vielleicht auch nur geringfügig) weniger ausschlaggebend im Vergleich zu den anderen erfragten Faktoren beurteilen. Gleichmaßen kann ein solcher Ranglisten-Platz auch nicht als universelle Messlatte herangezogen werden: Der zehnte Rang in einer Befragung zu zehn Standortfaktoren hat ein anderes Gewicht als der gleiche Rang in einer Befragung zu 20 Standortfaktoren.

Die zahlreichen Differenzen im Aufbau der einzelnen Studien sind eng mit der Komplexität und der Vielschichtigkeit der Thematik an sich verbunden. Es ist schlichtweg nicht leistbar, in jeder Studie Dutzende von Standortfaktoren und alle potenziell relevanten Rahmenbedingungen abzufragen und diese nach zahlreichen Kriterien auszuwerten. Eine partielle „Harmonisierung“ von Standortfaktoren-Studien, etwa im Sinne eines Standardkatalogs zu erfragender Faktoren – wäre sie denn möglich – würde auch am Ziel vorbeiführen (die Studien wären u.a. aufgrund ihrer Kontextgebundenheit nach wie vor nicht eins zu eins vergleichbar) und durch eine artifizielle Einengung des Blicks auf die Thematik eher Schaden stiften. Die Grenzen der direkten Vergleichbarkeit von Standortfaktoren-Studien ergeben sich zwingend aus den aktuellen Forschungsansätzen und werden – v.a. in der politischen Bewertung von Studienergebnissen – noch zu häufig übersehen. Daher gilt es beim Vergleich mehrerer Studien genauer hinzusehen, also die Rahmenbedingungen mit einzubeziehen, die Kontextgebundenheit der Ergebnisse anzuerkennen und mit den daraus resultierenden Grenzen des Erkenntnisgewinns umzugehen.

Während die Uneindeutigkeit und die damit verbundenen Dilemmata kaum zu umgehen sind, wäre eine weitere Problematik durchaus vermeidbar: die – zum Teil sehr – mangelhafte Dokumentation bzw. Publikation von Methodik, Grundlagen und Rahmenbedingungen mancher Studien. Diese bewusste oder unbewusste Nachlässigkeit macht nicht nur eine – auch vorsichtige und kritische – Gegenüberstellung mit anderen Studien praktisch unmöglich, sondern sie erlaubt auch kaum eine Einschätzung der Studienergebnisse an sich und mindert damit deren Wert für den praktischen wie auch wissenschaftlichen Erkenntnisgewinn erheblich.

4.4.2 Generelle Tendenzen

Trotz aller Schwierigkeiten im direkten Vergleich einzelner Standortfaktoren-Studien lassen sich aus einer breiten Zusammenschau der in dieser Arbeit berücksichtigten Studien (siehe Anhang 1) mit der gebotenen Vorsicht zwei übergreifende Tendenzen identifizieren.

- 1 Erkennbar scheint in erster Linie eine **anhaltende Bedeutung harter Standortfaktoren**. Insbesondere nach Kriterien der Erreichbarkeit, fester Kosten und der Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften wird – wenn auch z.T. in unterschiedlicher Ausprägung und mit unterschiedlichem Detaillierungsgrad – in fast jeder Studie gefragt, und solche Standortfaktoren befinden sich in der Regel auf oberen Listenplätzen. Der Umkehrschluss allerdings, dass damit die These der wachsenden Bedeutung weicher Standortfaktoren widerlegt wäre, kann daraus kaum gezogen werden: In vielen Studien wurde nicht oder nur vereinzelt nach weichen Standortfaktoren gefragt, und dort, wo sie mit untersucht wurden, gibt es wenige Überlappungen in den tatsächlich erfragten Faktoren (vgl. Kapitel 4.6).
- 2 Darüber hinaus legt die Zusammenschau der Untersuchungen nahe, dass die wesentliche Gemeinsamkeit der überwiegenden Mehrheit aller weiteren Standortfaktoren in der ausgeprägten **Kontextabhängigkeit** ihrer Bedeutungszuordnung besteht; ausschlaggebend für den Listenplatz eines Standortfaktors scheint jedenfalls nicht eine quasi-universelle Bedeutung zu sein. Vielmehr scheinen zwei zusammenwirkende und sich überlagernde Faktoren eine wesentliche Rolle zu spielen. Dies sind zum einen differenzierende und veränderliche Eigenschaften der befragten Unternehmen, wie beispielsweise Branchenzugehörigkeit, Unternehmensgröße oder Arbeitsweisen. Zum anderen handelt es sich um Charakteristika des Studiendesigns und der Studiendurchführung, u.a. nach welchen und wie vielen Standortfaktoren gefragt wird, wie gefragt wird, in welchem Raum gefragt wird.

Die beschriebene Kontextabhängigkeit zeigt sich darüber hinaus auch bei den oben genannten drei Gruppen harter Standortfaktoren. Es ist keineswegs so, dass sie immer die obersten drei Plätze bekleiden. Dennoch gehören sie – bzw. einzelne Ausprägungen der drei Gruppen – in der Regel zum oberen Bereich der Ranglisten. Auch die Sprünge der einzelnen Faktoren in Bezug auf ihren Ranglistenplatz von einer Studie oder Auswertungsmethode zur nächsten scheinen hier wesentlich weniger stark ausgeprägt zu sein als bei anderen Faktoren.

Im Folgenden sollen Ähnlichkeiten wie auch Unterschiede in den Ergebnissen von Standortfaktoren-Studien in ihrem jeweiligen Kontext am Beispiel einiger ausgewählter Branchen und Unternehmenstypen betrachtet werden.

4.4.3 Einzelne Aspekte

Die Vergleichbarkeitsproblematik zeigt sich ganz besonders bei der Gegenüberstellung einzelner Studien: Das Spektrum der vorhandenen Kombinationen an (unterschiedlich stark detaillierten) Fokussierungen ist breit, Überlappungen in mehr als einem Kriterium sind entsprechend rar, und die Rahmendaten sind nicht selten nur zum Teil bekannt. Hinzu kommen bei jeder Studie zahlreiche Alleinstellungsmerkmale, die in der Überblickstabelle nicht sämtlich vertreten sein können und häufig auch von den jeweiligen Autoren nicht beschrieben werden.

Für die Betrachtung anhand einzelner Kriterien wurden – soweit möglich – jeweils diejenigen Standortfaktoren-Studien gewählt, deren Rahmendaten zumindest großteils bekannt sind und die sich in ihren Fokussierungen auch über den zu betrachtenden Aspekt hinaus am ehesten ähneln. Dies hat zur Konsequenz, dass jeweils nur zwei bis drei Studien aufgeführt werden. Da die Zugehörigkeit zu einem (Teil-)Sektor bzw. einer Branche das üblichste Differenzierungskriterium darstellt, konzentriert sich auch die Mehrheit der folgenden Betrachtungen auf entsprechende Aspekte.

4.4.3.1 Im Fokus: Verarbeitendes Gewerbe

Zunächst soll das Augenmerk auf Studien gelegt werden, die sich dem verarbeitenden Gewerbe bzw. Industrieunternehmen zuwenden. Für die Betrachtung dieses Teilsektors werden drei Studien aus den Jahren 2001 (Spieß 2001), 2003 (Glaser/Menze 2003) und 2006 (Baden/Schmid 2007) herangezogen (vgl. Tabelle 4). Die Fokussierungen bezüglich der Unternehmensgrößen (jeweils „gemischt“) und der räumlichen Ebene entsprechen sich im Groben, die tatsächlich betrachteten Regionen sind jedoch recht unterschiedlich (zwei Städte verschiedener Größe, ein Bundesland). Deutliche Differenzen zeigen sich auch in Bezug auf die Art und Anzahl der erfragten Standortfaktoren; zudem beschränkt sich die Rangliste bei Glaser/Menze auf die „obersten“ fünf Faktoren.

Drei Standortfaktoren wurden in allen drei Studien erfragt: Kommunale Steuern/Abgaben, Lohnniveau und arbeitskräftebezogene Faktoren – Letztere allerdings mit etwas unterschiedlichem Einschlag: Bei Spieß wurden das „Fachkräftepotenzial“ und das „Potenzial hoch qualifizierter Arbeitskräfte“, bei Glaser/Menze die „Qualifikation der Arbeitskräfte“ und die „Verfügbarkeit der Arbeitskräfte“ und bei Baden/Schmid die „Qualität des Fachkräfteangebots“ erfragt. Diesen arbeitskräftebezogenen Faktoren ist gemein, dass sie durchweg Plätze in den oberen Hälften der Listen einnehmen. Innerhalb dieses Rahmens zeigen sie allerdings eine recht disperse Verteilung und bieten damit nicht zuletzt ein gutes Beispiel für den Einfluss unterschiedlicher Faktorenbezeichnungen und -differenzierungen: Während die befragten Unternehmen bei Spieß das „Fachkräftepotenzial“ als verhältnismäßig bedeutend einschätzen (vierter Rang von 23), wird das „Potenzial hoch qualifizierter Arbeitskräfte“ im Vergleich zu den anderen erfragten Faktoren als eher mittelmäßig bedeutend betrachtet (geteilter neunter/zehnter Rang von 23); der Faktor „Qualifikation der Arbeitskräfte“ wird bei Glaser/Menze als der bedeutendste von 20 eingeschätzt, während die „Verfügbarkeit der Arbeitskräfte“ auf dem fünften Platz wesentlich weiter unten rangiert; Qualifikation und Verfügbarkeit wurden bei Baden/Schmid

gewissermaßen in einem Faktor „Qualität Fachkräfteangebot“ zusammengefasst – dieser wurde wiederum als der bedeutendste der erfragten 12 Faktoren eingeschätzt.

Tab. 4: Studien zu Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes

Jahr der Studie ▶	2001	2003	2006
Quelle ▶	Spieß 2001 S. 14 TU Ilmenau	Glaser/Menze 2003 S. 7f & S. 24 Anhang TU Hamburg-Harburg	Baden/Schmid 2007 S. 4ff IAB
Fokus Unternehmensgröße	gemischt (43% bis 20 Beschäftigte, 25% 20-49, 16% 50-99, Rest: über 100)	gemischt (ca. 70% bis 49 Beschäftigte, 13% 50-99, Rest: über 100)	gemischt
Fokus räuml. Ebene	mikro-meso	mikro-meso	mikro-meso
Fokus Branchen	Verarbeitendes Gewerbe	Industrie	Verarbeitendes Gewerbe
Fokus Region	Stadt Gera und Umfeld	Raum Dresden	Hessen
Weitere Angaben	Titel "Zum Image der Stadt Gera" schriftl. Befragung von 292 Unternehmen	Titel "Unternehmensbefragung: Standortanforderungen und Standortqualitäten in der Region Dresden" Befragung von 107 Unternehmen aus den Branchen Industrie, Transport, Dienstleistungen, Bau & Einzelhandel im Rahmen des Projekts intermobil Region Dresden	Standortfaktoren in Hessen - Ergebnisse aus dem IAB-Betriebspanel - Hessen 2006 Mündliche Befragung von 1030 Betrieben zu 12 Standortfaktoren, repräsentativ für Hessen
Ggf. weitere Anmerkungen / Unterscheidungskriterien		Standortanforderungen nach Branchen (nur die obersten 5 sind angegeben)	Durchschnittl. Bedeutung der Standortfaktoren
Standortfaktoren ▼			
	1. Fernstraßenanbindung (Autobahn)	1. Qualifikation der Arbeitskräfte	1. Qualität Fachkräfteangebot
	2. Arbeitsweisen der Behörden vor Ort	2. Kommunale Abgaben (z.B. Hebesatz)	2. Kundennähe
	3. Gewährung von Fördermitteln	3. Energie-, Wasserversorgung	3. Preisniveau Energie/Wasser
	4. Fachkräftepotential	4. Lohnniveau	4. Kommunale Steuern
	5./6./7. Niedrige Gewerbesteuerhebesätze	5. Verfügbarkeit der Arbeitskräfte	5. Regionales Lohnniveau
	5./6./7. Niedrige Ver- & Entsorgungskosten		6./7. Zusammenarbeit mit Behörden
	5./6./7. Telekommunikationsinfrastruktur		6./7. Nähe zu Lieferanten
	8. Dienstleistungsangebot der Wirtschaftsförderung		8. Attraktivität für Arbeitskräfte
	9./10. Niedrige Lohn- & Gehaltskosten		9. Überregionale Verkehrsanbindung
	9./10. Potential hoch qualifizierter Arbeitskräfte		10. Büro-/Ladenmieten
	11. Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Unternehmen		11. Verfügbarkeit von Gewerbeflächen
	12. Prestigewert des Standorts		12. Nähe zu Forschungseinrichtungen bzw. Hochschulen
	13./14. Angebot kostengünstiger Gewerbe- & Industrieflächen		
	13./14. Beherbergungs- & Gastronomieangebot		
	15./16. Kulturangebot		
	15./16. Einkaufsmöglichkeiten		
	17./18. Angebot unternehmensbezogener Dienstleistungen		
	17./18. Nähe zu Universitäten & Forschungseinrichtungen		
	19. Anlernkräftepotential		
	20./21. Wohnraumattraktivität		
	20./21. Sport- & Freizeitangebot		
	22. Schienenanbindung		
	23. Anbindung Luftverkehr		

Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der genannten Quellen

Der wesentlich einheitlicher gefasste Faktor „Kommunale Steuern/Abgaben“ wurde von den befragten Unternehmen in allen drei Studien als recht bedeutend angesehen. Dennoch zeigen sich auch hier klare Unterschiede in der Bedeutungszuordnung (geteilter Rang fünf/sechs/sieben von 23 bei Spieß, Rang zwei von 20 bei Glaser/Menze, Rang vier von 12 bei Baden/Schmid). Noch deutlicher unterscheiden sich die geschätzten Bedeutungen des Lohnniveaus: „Niedrige Lohn- und Gehaltskosten“ liegen bei Spieß im Mittelfeld, gleichauf mit „Potenzial hoch qualifizierter Arbeitskräfte“ – als verhältnismäßig bedeutender schätzten die Unternehmen den in den anderen beiden Studien nicht erfragten Faktor „Dienstleistungsangebot der Wirtschaftsförderung“ ein. Demgegenüber wird das „(Regionale) Lohnniveau“ bei Glaser/Menze und Baden/Schmid mit den Rängen vier bzw. fünf im Vergleich zu den anderen jeweils erfragten Faktoren als eher bedeutend gesehen.

Dem Standortfaktor „Arbeitsweisen der Behörden vor Ort“ bei Spieß kommt der Faktor „Zusammenarbeit mit Behörden“ bei Baden/Schmid nahe – und auch hier zeigen sich wesentliche Differenzen: Während die „Arbeitsweisen der Behörden vor Ort“ bei Spieß als sehr bedeutend (zweiter Rang) und als wichtiger als u.a. das Fachkräftepotenzial und die Gewerbesteuerhebesätze eingeschätzt wurden, ist die „Zusammenarbeit mit Behörden“ bei Baden/Schmid hinter den kommunalen Steuern und dem regionalen Lohnniveau im Mittelfeld zu finden.

Ähnlich verhält es sich mit dem Standortfaktor „Nähe zu Universitäten und Forschungseinrichtungen“ bzw. „Nähe zu Forschungseinrichtungen bzw. Hochschulen“: Dieser nimmt zwar in beiden Studien einen Platz im unteren Bereich der Liste ein, bei Spieß wurde er allerdings als wichtiger im Vergleich etwa zur „Wohnraumattraktivität“ oder „Schienenanbindung“ eingestuft.

4.4.3.2 Im Fokus: Unternehmensorientierte Dienstleistungsunternehmen

Für die Auseinandersetzung mit unternehmensorientierten Dienstleistungsunternehmen werden zwei Studien aus den Jahren 2002 (Schmidt 2005) und 2006 (Baden/Schmid 2007) genauer betrachtet (vgl. Tabelle 5). In Bezug auf die Fokussierungen ist ihnen neben der Branche jener der räumlichen Betrachtungsebene gemein und beide Studien beziehen Unternehmen unterschiedlicher Größen mit ein. Während allerdings bei Schmidt differenzierte Ergebnisse hierzu vorliegen, ist dies bei Baden/Schmid nicht der Fall – umgekehrt sind dafür von Schmidt keine Durchschnittswerte bekannt. Unterschiede liegen unter den bekannten Beschränkungskriterien auch im räumlichen Fokus (zwei Metropolregionen, ein Bundesland) und zeigen sich deutlich in den Standortfaktoren-Listen an sich (Anzahl und Inhalt der erfragten bzw. wiedergegebenen Faktoren).

Auch in diesem Fall finden sich drei Standortfaktoren in beiden Studien in ähnlicher Form wieder: „Büro(-/Laden)mieten“, „Kundennähe“ und „Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte“ bzw. „Qualität Fachkräfteangebot“. Dass es auch innerhalb von Branchen keine generelle Bedeutung einzelner Standortfaktoren geben muss und welchen Einfluss eine differenzierte Auswertung haben kann, wird hier sehr deutlich. So nimmt die Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte bei Baden/Schmid den ersten Rang ein, bei Schmidt stehen sie nur bei den größeren der befragten Unternehmen auf den vorderen Plätzen, im Falle der Unternehmen mit zehn bis 49 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern hinter dem Faktor „Telekommunikationsinfrastruktur“, dem bei Schmidt generell eine sehr hohe Bedeutung beigemessen wird, der bei Baden/Schmid aber nicht erfragt wurde. Ähnlich verhält es sich mit dem Faktor „Kundennähe“: Dieser findet bei Schmidt nur bei einer Unternehmensgrößenklasse (ein Mitarbeiter) Erwähnung, während die Befragung und Auswertungsmethodik bei Baden/ Schmid eine Zweitplatzierung ergab. Deutlich wird die Notwendigkeit einer differenzierten Betrachtung aber auch anhand des Faktors „Büromieten“: Ihm wird in den Ergebnissen von Schmidt durchweg eine große Bedeutung beigemessen (Ränge zwei und drei), bei Baden/ Schmid ergab die Befragung lediglich eine Zuordnung zum neunten Rang.

Tab. 5: Studien zu unternehmensorientierten Dienstleistungsunternehmen

Jahr der Studie ▶	2002				2006
Quelle ▶	Schmidt 2005 S. 314 IRS				Baden/Schmid 2007 S. 4ff IAB
Fokus Unternehmensgröße	1 Mitarbeiter (KleinstU)	2-9 Mitarbeiter (KleinstU)	10-49 Mitarbeiter (KU)	50+ Mitarbeiter (MU-GU)	gemischt
Fokus räuml. Ebene	mikro-meso				mikro-meso
Fokus Branchen	Unternehmensorientierte Dienstleistungsunternehmen				Dienstleistungen für Unternehmen
Fokus Region	München und Berlin				Hessen
Weitere Angaben	Titel "Metropolregionen als Hubs globaler Kommunikation in einer wissensbasierten Wirtschaft?" Unternehmensbefragung im Rahmen des Leitprojektes "Metropolen unter dem Einfluss der Dienstleistungswirtschaft: Organisation, Mobilität, Kommunikation" am IRS standardisierte schriftliche Befragung von 422 Unternehmen aus Berlin, 594 aus München				Standortfaktoren in Hessen - Ergebnisse aus dem IAB-Betriebspanel - Hessen 2006 Mündliche Befragung von 1030 Betrieben zu 12 Standortfaktoren, repräsentativ für Hessen
Ggf. weitere Anmerkungen / Unterscheidungskriterien	Die aufgeführten Faktoren unterscheiden sich z.T. – dies lässt vermuten, dass nach mehr als 5 Faktoren gefragt wurde und es sich bei untenstehenden Listen jeweils um die obersten 5 handelt. Nach wie vielen oder welchen anderen Faktoren gefragt wurde, ist nicht bekannt.				Durchschnittl. Bedeutung der Standortfaktoren
Standortfaktoren ▼					
	1. Telekommunikationsinfrastruktur	1. Telekommunikationsinfrastruktur	1. Telekommunikationsinfrastruktur	1. Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte	1. Qualität Fachkräfteangebot
	2. Büromieten	2. Büromieten	2. Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte	2. Telekommunikationsinfrastruktur	2. Kundennähe
	3. Autobahnanschluss	3. Image des Standortes	3. Büromieten	3. Büromieten	3. Zusammenarbeit mit Behörden
	4. Nähe zu Kunden	4. Arbeitsweise von Politik und Verwaltung	4. S-Bahn-/U-Bahn-Anbindungen des Betriebsstandortes	4. S-Bahn-/U-Bahn-Anbindungen des Betriebsstandortes	4./5. Kommunale Steuern
	5. S-Bahn-/U-Bahn-Anbindungen des Betriebsstandortes	5. Autobahnanschluss	5. Arbeitsweise von Politik und Verwaltung	5. Luftverkehrsanbindung	4./5. Regionales Lohnniveau
					6. Preisniveau Energie/Wasser
					7. Attraktivität für Arbeitskräfte
					8. Überregionale Verkehrsanbindung
					9. Büro-/Ladenmieten
					10. Nähe zu Lieferanten
					11. Verfügbarkeit von Gewerbeflächen
					12. Nähe zu Forschungseinrichtungen bzw. Hochschulen

Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der genannten Quellen

4.4.3.3 Im Fokus: Transport/Logistik

Die Transport- bzw. Logistik-Branche soll anhand zweier Studien aus den Jahren 1995 (Bergfeld/Groß 2001) und 2003 (Glaser/Menze 2003) betrachtet werden (vgl. Tabelle 6). Während der Branchenfokus und die räumliche Betrachtungsebene bei beiden Studien ähnlich sind, bestehen deutliche Unterschiede im Raumtyp des regionalen Fokus (Berlin-Brandenburg, Raum Dresden); über den Fokus auf Unternehmensgrößen kann keine Aussage getroffen werden. Weiterhin unterscheiden sich die Standortfaktoren-Listen in ihrem Aufbau: Bei Bergfeld/Groß bzw. der IHK Berlin sind die genannten Faktoren in zwei Gruppen („sehr wichtig“ und „wichtig“) geteilt, bei Glaser/Menze handelt es sich um eine Rangliste. Ähnlich ist wiederum, dass beide Listen nur diejenigen Standortfaktoren enthalten, die gemäß der jeweiligen Studie zu den bedeutendsten gehören.

Besonders deutlich zeigt sich bei der Betrachtung dieser beiden Studien wie unterschiedlich das Bild von „wichtigen“ Standortfaktoren ausfallen kann, je nachdem, welche Faktoren in welcher Form erfragt werden: Lediglich ein Standortfaktor tritt bei beiden Studien in ähnlicher Form auf, bei großzügiger Auslegung zwei. Der Standortfaktor „Anbindung an den überörtlichen Verkehr“ wurde – angesichts der Branche wenig überraschend – von den befragten Unternehmen in beiden Studien als wichtig erachtet. Folgt man den Ergebnissen von Glaser/Menze, so ist der kombinierte und damit kaum präzise zu interpretierende Faktor „Infrastruktur, örtliche und überörtliche Verkehrsanbindung“ allerdings weniger bedeutend als das „Lohnniveau“ und „kommunale Abgaben“ (Ränge eins und zwei). Nach Bergfeld/Groß bzw. der IHK Berlin kommt

der „Anbindung an den überörtlichen Verkehr“ etwa gleich viel Bedeutung zu wie den Faktoren „Anbindung ÖPNV“, „Flächenreserven“ und „Grundstückspreis“.

Tab. 6: Studien zu Unternehmen im Bereich Logistik und Transport

Jahr der Studie ►	1995	2003
Quelle ►	Bergfeld/Groß 2001 S. 231 nach IHK Berlin 1995	Glaser/Menze 2003 S. 7f & S. 24 Anhang TU Hamburg-Harburg
Fokus Unternehmensgröße	unbekannt	gemischt (ca. 70% bis 49 Beschäftigte, 13% 50-99, Rest: über 100)
Fokus räuml. Ebene	mikro-meso	mikro-meso
Fokus Branchen	Logistik	Transport
Fokus Region	Berlin-Brandenburg	Raum Dresden
Weitere Angaben	Titel "Wirtschaftsentwicklung und Raumplanung in der Region Berlin- Brandenburg" Edition StadtWirtschaft, IHK zu Berlin 1995, S. 106	Titel "Unternehmensbefragung: Standortanforderungen und Standortqualitäten in der Region Dresden" Befragung von 107 Unternehmen aus den Branchen Industrie, Transport, Dienstleistungen, Bau & Einzelhandel im Rahmen des Projekts intermobil Region Dresden
Ggf. weitere Anmerkungen / Unterscheidungskriterien	Keine detaillierte Rangfolge einzelner Faktoren, stattdessen Einteilung in "sehr wichtig" (sw) und "wichtig" (w)	Standortanforderungen nach Branchen (nur die obersten 5 sind angegeben)
Standortfaktoren ▼		
	Anbindung überörtlicher Verkehr (sw)	1. Lohnniveau
	Anbindung ÖPNV (sw)	2. Kommunale Abgaben (z.B. Hebesatz)
	Flächenreserven (sw)	3. Infrastruktur, örtliche & überörtliche Verkehrsanbindung
	Grundstückspreis (sw)	4. Dienstleistungsqualität, Hilfsangebote der Verwaltung
	Planungsrechtliche Situation (w)	5. Verfügbarkeit der Arbeitskräfte
	ergänzende Betriebe (w)	
	Altlasten (w)	
	Arbeitskräfte (w)	
	Wohnen & Wohnumfeld (w)	

Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der genannten Quellen

Ebenfalls nicht besonders klar ist die Lage hinsichtlich des zweiten einigermaßen ähnlichen Standortfaktors. Die arbeitskräftebezogenen Faktoren gehen zwar aus beiden Studien als wichtig hervor, unterscheiden sich jedoch deutlich in ihrer Begrifflichkeit: Während der Faktor „Verfügbarkeit der Arbeitskräfte“ (Glaser/Menze) recht eindeutig gefasst ist, kann unter dem Faktor „Arbeitskräfte“ (Bergfeld/Groß bzw. IHK Berlin) Verschiedenes verstanden werden, darunter das Qualifikationsniveau der Arbeitskräfte, die Verfügbarkeit ausreichend bzw. passend qualifizierter Arbeitskräfte oder generell die Verfügbarkeit von Arbeitskräften in der jeweiligen Region. Über diese begrifflich-inhaltlichen Differenzen hinaus zeigt sich auch an diesem Beispiel, wie unterschiedlich die Bedeutsuungszuordnung je nach Kontext und Art der Listenerstellung ausfällt: Unter den bei Glaser/Menze erfragten zwanzig Kriterien wurde der Faktor „Verfügbarkeit der Arbeitskräfte“ von den befragten Unternehmen des Transportsektors als fünftwichtigster beurteilt – weniger bedeutend etwa als der bei Bergfeld/Groß nicht erfragte Faktor „Dienstleistungsqualität, Hilfsangebote der Verwaltung“. Demgegenüber kommt dem als „wichtig“ eingestuften Standortfaktor „Arbeitskräfte“ bei Bergfeld/Groß bzw. der IHK Berlin die gleiche Bedeutung zu wie etwa den Faktoren „Altlasten“ oder „Wohnen und Wohnumfeld“ und weniger als etwa dem „Grundstückspreis“.

4.4.3.4 Im Fokus: Kreativwirtschaft

Für den Bereich Kreativwirtschaft liegen zwei Studien aus den Jahren 2007 (Ebert et al. 2008) und 2008 (Herkommer/Henckel 2008) vor (vgl. Tabelle 7). Beide beziehen jeweils ein bestimmtes Spektrum an Branchen und Tätigkeitsprofilen mit ein, das der Kreativwirtschaft zugeordnet wird – die Auslegungen der „Kreativwirtschaft“ überlappen sich zwar, sind aber nicht identisch. Neben der räumlichen Betrachtungsebene ist den Studien der Fokus auf den Raumtyp (jeweils eine Großstadt, Dortmund bzw. Berlin) gemein. Während sich die erfragten Standortfaktoren in beiden Studien deutlich voneinander unterscheiden und diese bei Herkommer/Henckel nach ihrer räumlichen Bezugsebene in zwei eigenständige Gruppen geteilt sind, lassen beide Studien jeweils unterschiedliche Rangfolgen zu – allerdings unterscheiden sich wiederum die Kategorien („sehr wichtig“ und „wichtig“ bzw. „wichtig“ und „teilweise wichtig“). Nicht beurteilt werden kann die Situation in Bezug auf die Größen der befragten Unternehmen, da diese aus Ebert et al. nicht hervorgeht.

Ähnlich wie bei den anderen bisher beleuchteten Aspekten ist es auch für den Bereich Kreativwirtschaft kaum möglich, auf Basis der betrachteten Standortfaktoren-Studien präzise Schlüsse zur Bedeutung einzelner Faktoren zu ziehen. Vielmehr zeigt sich wiederum eine ausgeprägte Kontextabhängigkeit und der Einfluss der Rangfolgenbildung auf die Bedeutungszuordnung einzelner Standortfaktoren. Unter den erfragten Standortfaktoren treten drei in beiden Studien auf: Es handelt sich um „Nähe zu Kunden (und Auftraggebern)“, „Preis der Immobilie/Miethöhe“ (bzw. „Preisgünstige Gewerbe-/Büroflächen“) und – mit größeren Einschränkungen – die Faktoren „Lebens- und Freizeitqualität“ (Ebert et al.) bzw. „Freizeitwert“ (Herkommer/Henckel). Der Faktor „Nähe zu Kunden“ spielt für die von Ebert et al. befragten Unternehmen im Verhältnis zu den anderen Faktoren eine prominente Rolle bei der Sortierung nach „sehr wichtig“ (zweiter Rang); diese wird jedoch bei einer Sortierung nach „sehr wichtig“ und „wichtig“ erheblich relativiert (fünfter Rang). In der Befragung durch Herkommer/Henckel findet sich der etwas weiter gefasste Faktor „Nähe zu Kunden und Auftraggebern“ allerdings nach beiden vorgenommenen Sortierungen und beschränkt auf die Kategorie „Umfeldbezogene Standortfaktoren“ auf dem gleichen (fünften) Rang.

Sehr ähnlich kann auch zum Faktor „Preis/Miethöhe“ auf Basis der betrachteten Studien keine präzisere Aussage getroffen werden, als dass er generell bedeutend zu sein scheint. Der Faktor „Preis der Immobilie/Miethöhe“ wurde von den durch Herkommer/Henckel befragten Unternehmen in beiden Sortierungen als am wichtigsten unter den immobilienbezogenen Faktoren beurteilt. Bei Ebert et al. schätzten die Befragten den Standortfaktor „Preisgünstige Gewerbe-/Büroflächen“ bei einer Sortierung nach „sehr wichtig“ als weniger wichtig im Vergleich zu den Faktoren „persönliche Gründe“ und „Nähe zu Kunden“, bei der Sortierung nach „sehr wichtig“ und „wichtig“ ist er wiederum im Mittelfeld zu finden (Rang sechs).

Die Freizeit-orientierten Faktoren erlauben nicht einmal einen Rückschluss genereller Art: Der Faktor „Lebens- und Freizeitqualität“ springt bei Ebert et al. je nach Sortierung erheblich (sechster bzw. erster Rang); dem Faktor „Freizeitwert“ wurde innerhalb der Kategorie „Umfeldbezogene Standortfaktoren“ bei Herkommer/Henckel im Verhältnis zu den anderen erfragten Faktoren bei beiden Sortierungen ein Platz im hinteren Drittel der Listen zuteil (Rang sieben).

Tab. 7: Studien zu Unternehmen der Kreativwirtschaft

Jahr der Studie ▶	2007		2008		
Quelle ▶	Ebert et al. 2008, S. 24ff ILS & STAD Tört		Herkommer/Henckel 2009 S. 55ff TU Berlin		
Fokus Unternehmensgröße	unbekannt - sowohl Selbständige als auch Unternehmen		größtenteils Kleinst- (1-10 MA, 78,3%) & Kleinunternehmen (11-50 MA, 17,5%)		
Fokus räuml. Ebene	mikro-meso		mikro(-meso) (Immobilie, Umfeld)		
Fokus Branchen	Kultur- und Kreativwirtschaft, gesamt (n=430)		Kreativwirtschaft		
Fokus Region	Stadt Dortmund		Berlin		
Weitere Angaben	Titel "Kreative Ökonomie und Kreative Räume - Kultur- und Kreativwirtschaft in der integrierten Stadtentwicklung", wiedergegebene Studienergebnisse aus "Kultur- und Kreativwirtschaft Dortmund 2007" Telefonische Befragung von 430 Unternehmen zu 11 Standortfaktoren		Titel "Creative Class in Berlin - Studie über Branchenstrukturen und Standortverhalten der Berliner Kreativwirtschaft" Untersuchung (Online-Fragebogen) u.a. zur räumlichen Verteilung und der Bedeutung verschiedener Standortfaktoren für Unternehmen der Berliner Kreativwirtschaft (Definition in Anlehnung an Florida). Befragung von 1.922 Unternehmen zu 7 bzw. 9 Standortfaktoren		
Ggf. weitere Anmerkungen / Unterscheidungskriterien	Bedeutung einzelner Standortfaktoren nach Anzahl Nennungen "sehr wichtig"	Bedeutung einzelner Standortfaktoren nach Anzahl Nennungen "sehr wichtig" und "wichtig"	Immobilienbezogene Standortfaktoren, sortiert nach Anzahl Nennungen als "wichtig"	Immobilienbezogene Standortfaktoren, sortiert nach Anzahl Nennungen als "wichtig" & "teilweise wichtig"	Umfeldbezogene Standortfaktoren, sortiert nach Anzahl Nennungen als "wichtig" & "teilweise wichtig"
Standortfaktoren ▼					
	1. Persönliche Gründe	1. Lebens- & Freizeitqualität	1. Preis der Immobilie/Miethöhe	1. Gute ÖPNV-Erreichbarkeit	1. Gute ÖPNV-Erreichbarkeit
	2. Nähe zu Kunden	2. Einzugsbereich von Dortmund	2. Flexibilität der Mietverträge	2. Gute PKW-Erreichbarkeit	2. Gute PKW-Erreichbarkeit
	3. Preisgünstige Gewerbe-/Büroflächen	3. Kulturelle Szene der Stadt	3. Ausstattung (Telekommunikationstechnik)	3. Spielräume zur eigenen Gestaltung	3. Nähe zum Wohnort der Geschäftsführung
	4. Einzugsbereich von Dortmund	4. Persönliche Gründe	4. Spielräume zur eigenen Gestaltung	4. Ansprechende Architektur	4. Öffnungszeiten der Einzelhandels- & Freizeitangebote
	5. Kulturelle Szene der Stadt	5. Nähe zu Kunden	5. Ansprechende Architektur	5. Ausstattung (Telekommunikationstechnik)	5. Nähe zu Kunden & Auftraggebern
	6. Lebens- & Freizeitqualität	6. Preisgünstige Gewerbe-/Büroflächen	6. Eigene Empfangs- & Kommunikationsräume	6. Eigene Empfangs- & Kommunikationsräume	6. Öffnungszeiten der Einzelhandels- & Freizeitangebote
	7. Angebot an qualifiziertem Personal	7. Angebot an qualifiziertem Personal	7. Mit anderen Büros geteilte Kommunikationsräume	7. Mit anderen Büros geteilte Kommunikationsräume	7. Freizeitwert
	8. Aus- & Weiterbildungseinrichtungen	8. Aus- & Weiterbildungseinrichtungen		8. Soziale Infrastruktur	8. Soziale Infrastruktur
	9. Personalkosten	9. Bekanntheitsgrad von Dortmund		9. Standortbezogene Fördermaßnahmen	9. Standortbezogene Fördermaßnahmen
	10. Bekanntheitsgrad von Dortmund	10. Personalkosten			
	11. Wirtschaftsförderung, IHK etc.	11. Wirtschaftsförderung, IHK etc.			

Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der genannten Quellen

4.4.3.5 Im Fokus: Unternehmensgröße

Eine sektorenübergreifende Möglichkeit der Unterscheidung stellt das Kriterium der Unternehmensgröße dar. Hierzu werden zwei Studien aus den Jahren 2003 (Glaser/Menze 2003) und 2005 (Stadt Kassel/Planquadrat Dortmund 2005) näher betrachtet (vgl. Tabelle 8), bei denen die überwiegende Mehrheit der befragten Betriebe weniger als 100 Beschäftigte aufweisen (85 bzw. ca. 83 Prozent)³⁶. Bis zu einem gewissen Punkte ähneln sich auch die Fokussierungen in Bezug auf die untersuchten Branchen und Regionen: Es handelt sich jeweils um ein gemischtes Branchenspektrum (allerdings nicht um eine identische Mischung) und, im regionalen Fokus, um eine Stadt bzw. eine Stadt und ihr Umfeld. Trotz dieser Überschneidungen unterscheiden sich die beiden Studien in ihrer Herangehensweise erheblich: Während bei Glaser/Menze nach der Wichtigkeit verschiedener Faktoren gefragt wurde, resultiert die Rangliste bei Stadt Kassel/Planquadrat aus einem Umkehrschluss³⁷.

Auch im Falle der Unternehmen mit mehrheitlich unter 100 Beschäftigten sind auf Basis der betrachteten Studien nur sehr generelle Erkenntnisse möglich. Dies zeigt sich z.B. bei den Arbeitskräfte-bezogenen Faktoren, anhand derer einmal mehr die Schwierigkeit der unterschiedlichen Begrifflichkeit deutlich wird: Sie kommen in beiden Listen in zwei unterschiedlichen Ausprägungen vor, die jeweils innerhalb des oberen Drittels der Ranglisten angesiedelt sind. Während die „Qualifikation der Arbeitskräfte“ bei Glaser/Menze bei beiden Sortierungsvarianten als wichtigster Standortfaktor hervorgeht, wird die – breiter gefasste – „Qualität der Arbeitskräfte“ von den in Kassel befragten Unternehmen als nachrangig zur Verkehrsanbindung (erster Rang) und zur Kundennähe (Rang zwei, kein ähnlicher Faktor bei Glaser/Menze) beurteilt. Der von Stadt Kassel/Planquadrat recht interpretationsoffen gefasste Standortfaktor „Arbeitskräfte“ (vgl. hierzu Bergfeld/Gross in Kapitel 4.4.3.3) nimmt den vierten Rang gleich hinter der „Qualität der Arbeitskräfte“ ein; die „Verfügbarkeit der Arbeitskräfte“ wurde von den befragten Unternehmen im Raum Dresden an siebenter bzw. sechster Stelle eingeordnet.

Die Notwendigkeit der kontextuellen Betrachtung und die engen Grenzen selbst relativer Aussagen zeigen sich weiterhin an den Standortfaktoren „Verkehrsanbindung“ und „Infrastruktur“, die jeweils in der oberen Hälfte der Listen anzutreffen sind. Bei Stadt Kassel/Planquadrat wurden diese beiden Faktoren getrennt erfragt und nehmen den ersten respektive fünften Rang von 15 ein. Demgegenüber kommt dem kombinierten Standortfaktor „Infrastruktur, örtliche und überörtliche Verkehrsanbindung“ bei Glaser/Menze der achte bzw. siebente Rang von 20 zu. Er wird damit im Gegensatz zu den Ergebnissen von Stadt Kassel/Planquadrat als weniger wichtig eingeschätzt als u.a. die beiden arbeitskräftebezogenen Faktoren und der – wiederum kombinierte und damit besonders schwierig einzugrenzende – Faktor „Wirtschaftsklima, Image der Region“ (vierter bzw. fünfter Rang). Die bei Stadt Kassel/Planquadrat getrennt erfragten

³⁶ In diesem Zusammenhang von besonderem Interesse wäre die Betrachtung mehrerer Studien, deren Ergebnisse nach Unternehmensgrößen differenziert werden. Dies ist allerdings selten der Fall. Ein Beispiel, das auch einen Hinweis auf die Unterschiedlichkeit der Bedeutungsgewichtung von Standortfaktoren zwischen Unternehmen verschiedener Größe liefert, ist Schmidt 2005: 314 (siehe auch Anhang 1).

³⁷ Gefragt wurde nach der qualitativen Einschätzung von Standortfaktoren am jetzigen Standort, zur Auswahl standen den befragten Unternehmen dabei Angaben von „1 = sehr gut“ bis „5 = mangelhaft“ sowie „6 = ohne Belang“. Aus der umgekehrten Reihenfolge der Angabe „ohne Belang“ zu den einzelnen Standortfaktoren wurde auf die „Bedeutung der Standortfaktoren“ geschlossen, d.h. ein Standortfaktor, der selten als belanglos eingestuft wurde, erscheint in der Darstellung als bedeutend (Stadt Kassel/Planquadrat Dortmund 2005: 68f).

Standortfaktoren „Image der Stadt“ und „Standort-Image“ stehen ihrerseits im Mittelfeld ihrer Liste und stellen sich damit als weniger bedeutend im Vergleich zu den Arbeitskräfte- und infrastrukturellen Faktoren dar.

Tab. 8: Studien zum Kriterium Unternehmensgröße

Jahr der Studie ▶	2003		2005
Quelle ▶	Glaser/Menze 2003 S. 7f & S. 24 Anhang TU Hamburg-Hamburg		Stadt Kassel/Planquadrat 2005 S. 69
Fokus Unternehmensgröße	gemischt (ca. 70% bis 49 Beschäftigte, 13% 50-99, Rest: über 100)		55% bis zu 10 Beschäftigte, gut 30% 10-100 Besch., Rest: bis über 500 Besch.
Fokus räuml. Ebene	mikro-meso		mikro-meso
Fokus Branchen	gemischt		gemischt
Fokus Region	Raum Dresden		Kassel
Weitere Angaben	Titel "Unternehmensbefragung: Standortanforderungen und Standortqualitäten in der Region Dresden" Befragung von 107 Unternehmen aus den Branchen Industrie, Transport, Dienstleistungen, Bau & Einzelhandel im Rahmen des Projekts intermobil Region Dresden		Titel "Gewerbeflächenbedarf und verfügbare Gewerbeflächen in Kassel" Befragung von 200 Betrieben
Ggf. weitere Anmerkungen / Unterscheidungskriterien	Anteil "sehr wichtig"	Anteil "sehr wichtig" & "wichtig"	Rückschluss auf die Bedeutung der Standortfaktoren basierend auf Häufigkeit der Nennung "ohne Belang" bei der Frage nach der Einschätzung des derzeitigen Standorts
Standortfaktoren ▼			
	1. Qualifikation der Arbeitskräfte	1. Qualifikation der Arbeitskräfte	1. Verkehrsanbindung
	2. Lohnniveau	2. Lohnniveau	2. Kundennähe
	3. Kommunale Abgaben (z.B. Hebesatz)	3. Flächen-, Grundstückspreise	3. Qualität der Arbeitskräfte
	4. Wirtschaftsklima, Image der Region	4. Kommunale Abgaben (z.B. Hebesatz)	4. Arbeitskräfte
	5. Flächen-, Grundstückspreise	5. Wirtschaftsklima, Image der Region	5. Infrastruktur
	6. Beihilfen, Fördermöglichkeiten (z.B. Übernahme der Erschließungskosten)	6. Verfügbarkeit der Arbeitskräfte	6. Zuschnitt
	7. Verfügbarkeit der Arbeitskräfte	7. Infrastruktur, örtliche & überörtliche Verkehrsanbindung	7. Image der Stadt
	8. Infrastruktur, örtliche & überörtliche Verkehrsanbindung	8. Beihilfen, Fördermöglichkeiten (z.B. Übernahme der Erschließungskosten)	8. Standort-Image
	9. Energie-, Wasserversorgung	9. Energie-, Wasserversorgung	9. Erschließung
	10. Abwasser, Abfallentsorgung	10. Abwasser, Abfallentsorgung	10. Flächenangebot
	11. Dienstleistungsqualität, Hilfsangebote der Verwaltung	11. Dienstleistungsqualität, Hilfsangebote der Verwaltung	11. Immissionen
	12. Wohn- & Lebensqualität, Wohnungsmarkt	12. Gewerbeflächenangebot in der Stadt/Region	12. Service
	13. ÖPNV	13. Unternehmensumfeld, Nähe zertifizierter Zulieferer, Kooperationspartner	13. Testlabor
	14. Unternehmensumfeld, Nähe zertifizierter Zulieferer, Kooperationspartner	14. Wohn- & Lebensqualität, Wohnungsmarkt	14. Bibliothek
	15. Forschungseinrichtungen	15. Schul- & Ausbildungssituation	15. Patentauslegestelle
	16. Schul- & Ausbildungssituation	16. ÖPNV	
	17. Gewerbeflächenangebot in der Stadt/Region	17. Nähe zum Angebot an privaten Dienstleistungen	
	18. Freizeitqualität, Kulturangebot	18. Freizeitqualität, Kulturangebot	
	19. Nähe zu örtlichen / regionalen Versorgungszentren	19. Nähe zu örtlichen / regionalen Versorgungszentren	
	20. Nähe zum Angebot an privaten Dienstleistungen	20. Forschungseinrichtungen	

Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der genannten Quellen

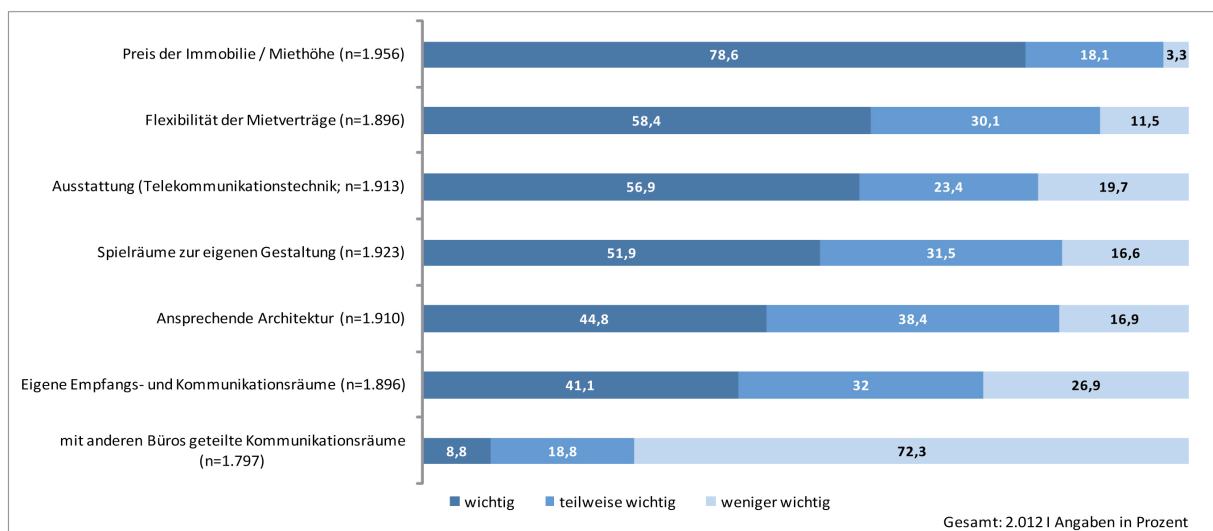
Schließlich sei der in beiden Studien ähnlich erfragte Standortfaktor „Flächenangebot“ angesprochen: Er nimmt in beiden Studien einen Platz in der unteren Hälfte der Liste ein, dies allerdings in sehr unterschiedlicher Nachbarschaft. Darüber hinaus weist der Faktor „Gewerbeflächenangebot in der Stadt/Region“ mit seinen beiden um fünf Stufen auseinander liegenden Rangplätzen (17. bzw. 12. Rang) innerhalb der Studie von Glaser/Menze einmal mehr auf den erheblichen Einfluss unterschiedlicher Sortierungsmethoden auf die mit einer Liste kommunizierte Bedeutung eines Standortfaktors hin.

Wie eingangs besprochen, muss die Zuordnung eines Faktors zum unteren Listenbereich keineswegs auf seine Bedeutungslosigkeit verweisen. Gerade bei diesem Standortfaktor, ohne den eigentlich keine räumliche Veränderungsmöglichkeit gegeben ist, könnte insbesondere die ausreichende Verfügbarkeit von Flächen in dem spezifischen räumlichen Kontext der Befragung eine erhebliche Rolle spielen: Es ist zu vermuten, dass befragte Unternehmen in Städten und Regionen, in denen kaum quantitative oder qualitative Gewerbeflächenengpässe herrschen, den Standortfaktor „Flächenangebot“ relativ zu anderen – evtl. aus ihrer Sicht regional problematischeren – Faktoren als weniger bedeutend einstufen.

4.4.3.6 Im Fokus: Räumliche Betrachtungsebenen

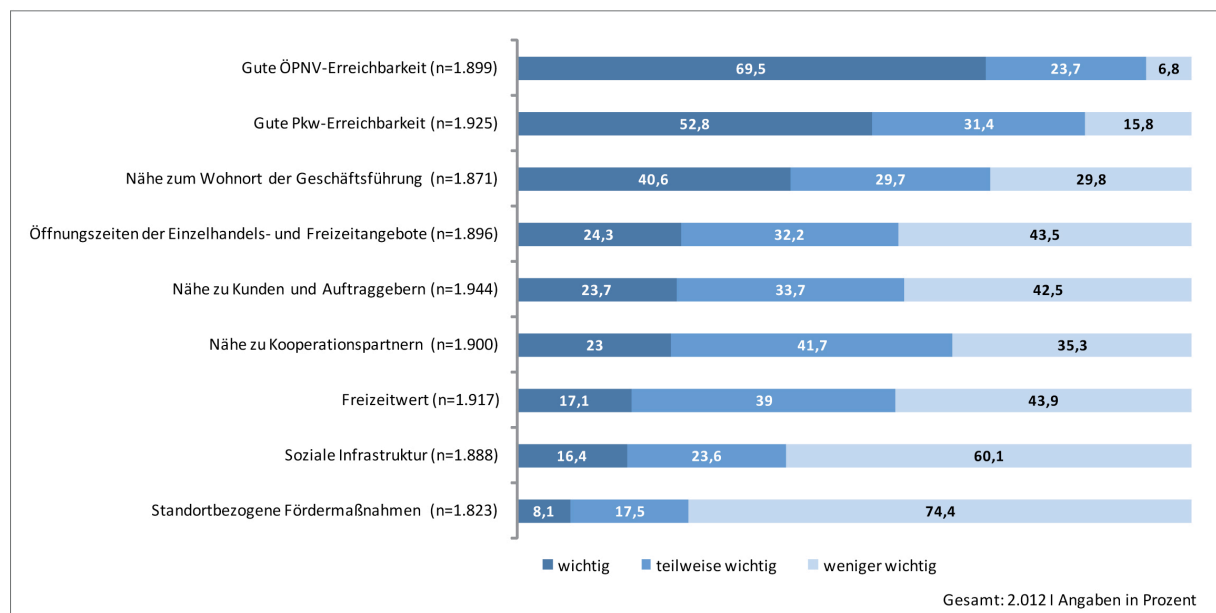
Dezidiert nach räumlichen Ebenen unterschieden wird in einer der betrachteten Studien: Es handelt sich um die unter Kapitel 4.4.3.4 bereits kurz aus anderer Perspektive beleuchtete Studie zur Berliner Kreativwirtschaft (vgl. Anhang 1 und Herkommer/Henckel 2008: 50ff). Differenziert wurde sowohl in der Befragung wie auch in der Auswertung nach zwei räumlichen Ebenen: „immobilienbezogene Standortfaktoren“ und „umfeldbezogene Standortfaktoren“. Wie Abb. 11 und 12 zeigen, unterscheiden sich die zwei Gruppen von Standortfaktoren erheblich voneinander und weisen eigene Bedeutungshierarchien auf, die jeweils im Kontext ihrer spezifischen räumlichen Bezugsebene zustande kamen und zu verstehen sind.

Abb. 11: Bedeutung von immobilienbezogenen Standortfaktoren (Kreativwirtschaft Berlin 2008)



Quelle: Herkommer/Henckel 2008: 50

Abb. 12: Bedeutung von umfeldbezogenen Standortfaktoren (Kreativwirtschaft Berlin 2008)



Quelle: Herkommer/Henckel 2008: 55

Mit diesem Vorgehen wurde gewissermaßen eine Entflechtung üblicherweise gemeinsam betrachteter Standortfaktoren vorgenommen, die aus mindestens zwei Blickwinkeln von Interesse ist. Zum einen erscheinen die einzelnen Standortfaktoren für die Befragten wie auch für die Leserinnen und Leser der Studie präziser definiert – beispielsweise ist deutlich, dass mit dem Faktor „Soziale Infrastruktur“ nicht etwa die Bedeutung der gesamtstädtischen Ausstattung, sondern jene des engeren Umfelds der Immobilie beurteilt werden soll. Zum anderen wird den Studienergebnissen dadurch eine zusätzliche Dimension verliehen, dass zwei Ranglisten getrennt nebeneinander stehen und damit Aufmerksamkeit darauf lenken, dass gleichzeitig mehrere Prioritätensysteme bestehen können.

Über die Studie von Herkommer/Henckel hinaus macht die Tabelle im Anhang 3 deutlich, dass einzelne Standortfaktoren gleichzeitig auf verschiedenen räumlichen Ebenen eine Rolle spielen können. Bei zahlreichen Standortfaktoren geht damit einher, dass sich in Abhängigkeit von der räumlichen Betrachtungsebene ihre inhaltliche Ausprägung bzw. deren Interpretation verändern oder verschieben kann. Ein Beispiel hierfür liefert der Standortfaktor „Verkehrsanbindung“: Wird dieser explizit auf die Ebene des Einzelstandorts bezogen, so handelt es sich um die unmittelbare Anbindung von diesem einen Standort aus und zu ihm hin. Wird er hingegen auf die gesamtstädtische Ebene bezogen, steht vielmehr das städtische Verkehrsnetz und dessen regionale und überregionale Anbindung im Mittelpunkt.

Ohne entsprechende Unterscheidung ist der Standortfaktor freilich sowohl für die Befragten als auch für die Ergebnisbewertung interpretationsoffen. Indem nach einzelnen (Handlungs-)Ebenen differenziert wird, ist eine präzisere Definition und Interpretation der einzelnen erfragten Faktoren möglich.

4.5 Forschung: Standorttypen-Studien der letzten Jahre

Ein alternativer Zugang zur Erforschung der unternehmerischen Standortwahl findet sich in Untersuchungen, die sich mit verschiedenen Standorttypen und den dort vorhandenen Unternehmen auseinandersetzen. In Ergänzung zu den im Mittelpunkt dieser Arbeit stehenden Standortfaktoren-Studien wird dieser Ansatz im Folgenden kurz umrissen.

Ähnlich wie die Standortfaktoren-Studien stehen auch diese – hier der Einfachheit halber als „Standorttypen-Studien“ bezeichneten – Untersuchungen eher selten für sich alleine, sondern sind oft Teil breiter angelegter Studien und/oder dienen als Argumentationsbasis für bestimmte Konzepte und Vorhaben.

Während im Rahmen von Standortfaktoren-Studien nach bestimmten Kriterien gewählte Unternehmen zu ihrer Beurteilung einzelner Faktoren befragt werden, setzen Standorttypen-Studien bei der bereits getroffenen Standortwahl an: Es wird betrachtet, in welchen räumlichen oder räumlich-funktionalen Zusammenhängen – hier als Standorttypen bezeichnet – verschiedenartige Unternehmen angesiedelt sind. Ziel ist es, daraus Rückschlüsse auf Affinitäten unterschiedlicher Unternehmensarten zu bestimmten Raumtypen zu ziehen. Die Betrachtung kann dabei aus zwei Richtungen erfolgen: Ausgehend von bestimmten Raumtypen kann die Bandbreite der vorhandenen Unternehmen analysiert werden, ausgehend von bestimmten Unternehmenstypen kann die Bandbreite ihrer gewählten Standorttypen im Mittelpunkt stehen.

Bei diesen Auseinandersetzungen stehen meist nicht explizit einzelne Standortfaktoren im Mittelpunkt, sondern vielmehr die unterschiedlichen Räume und damit implizit die dort vorhandenen „Standortfaktoren-Bündel“. Im Rahmen einiger Untersuchungen werden zusätzlich zur Beobachtung auch Unternehmensbefragungen durchgeführt, um die für die Standortwahl ausschlaggebenden Gründe oder Standortfaktoren zu ermitteln.

Die Ergebnisse von Standorttypen-Studien werden wesentlich weniger einheitlich präsentiert als jene von Standortfaktoren-Studien; nicht selten handelt es sich um textliche Erläuterungen, gelegentlich kommen auch Diagramme zum Einsatz. Dennoch wurde soweit möglich versucht, die Ansätze und Ergebnisse einiger der betrachteten Studien und hypothetischen Überlegungen zu Standorttypen in eine einheitliche Form zu bringen³⁸. Die entsprechende Übersicht findet sich in Anhang 2.

³⁸ Dies war aufgrund der z.T. sehr unterschiedlichen Definitionen von Standorttypen nicht für alle betrachteten Studien möglich. Aus diesem Grund sind auch die in Kapitel 4.5.2 näher beleuchteten Studien zur Kultur- und Kreativwirtschaft nicht in der Tabelle enthalten.

4.5.1 Bandbreite und Vergleichbarkeit

Für Studien zu Standorttypen werden in der Regel zwei verschiedene Klassifizierungen vorgenommen: zum einen eine Einteilung verschiedener Raum- bzw. Standorttypen und zum anderen eine Unterscheidung verschiedener Unternehmenstypen.

In Bezug auf ihre räumliche Ausrichtung lassen sich grob zwei Fokusse solcher Studien identifizieren – wobei es durchaus auch Untersuchungen gibt, die beide Aspekte thematisieren:

- Studien, die in erster Linie Standorte nach ihrer Zentralität³⁹ unterscheiden und damit versuchen, die „Zentralitätsaffinität“ verschiedener Unternehmensarten zu ermitteln und
- Studien, die den Blick v.a. auf unterschiedliche (Gewerbe-)Gebietstypen⁴⁰ richten und auf diese Weise nach Mustern einer „Gebietstypenaffinität“ verschiedener Unternehmensarten suchen.

In Bezug auf die Unternehmenstypen lassen sich kaum übergreifende Gruppierungen vornehmen: Zu weit gefächert sind die gewählten Merkmale, anhand derer Unternehmen klassifiziert werden. Die Bandbreite reicht von Einteilungen nach Branchen (häufig mit weiteren, teils eigenen Spezifikationen zu einzelnen Bereichen innerhalb von Branchen) bis hin zur Sortierung nach selbst definierten, z.T. branchenübergreifenden „Eigenschaftsclustern“, in die etwa Aspekte wie die jeweilige Produktionstechnik, der Anteil hoch qualifizierter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oder auch die Höhe der Sozialleistungen einfließen. Darüber hinaus sind die Klassifikationsarten von Unternehmenstypen innerhalb einer Studie nicht selten gemischt (z.B. kommt es vor, dass ein Teil der Unternehmen nach ihrer Branchenzugehörigkeit, ein anderer Teil nach mehr oder weniger branchenunabhängigen Eigenschaftsclustern gruppiert wird).

Die Grenze zwischen hypothetischen Überlegungen und Untersuchungsergebnissen scheint bei Betrachtungen zu Standorttypen oftmals fließend zu verlaufen. Da es – ähnlich wie bei den Standortfaktoren-Studien – immer wieder vorkommt, dass konkrete Angaben zum Hintergrund der Informationen bzw. zu Studiendesign und -durchführung fehlen, kann nicht in jedem Falle beurteilt werden, wie es um die wissenschaftliche Solidität der Ergebnisse steht und ob es sich um reine Forschungsergebnisse oder eher um eine Mischung aus Erfahrungswerten, Erwartungen und Empirie handelt⁴¹.

All dies trägt dazu bei, dass eine unmittelbare Vergleichbarkeit von Standorttypen-Studien im Sinne einer einfachen „Addierbarkeit“ verschiedener Studienergebnisse auch hier nicht gegeben ist. Verallgemeinernde Schlüsse verbieten sich darüber hinaus wie bei Standortfaktoren-Studien (vgl. Kapitel 4.4.1) zumeist schon aufgrund der Kontextabhängigkeit der Ergebnisse. Ein besonders plastisches Beispiel hierfür liefert die Untersuchung zu Informationsdienstleistungen in Berlin und München von Jähnke/Wolke (vgl. Nr. 3 im Anhang 2), die u.a. darauf abzielte, Fest-

³⁹ Häufige Kategorien sind: innerstädtische Standorte – diese werden z.T. weiter unterteilt, etwa nach Standorten in der City, in der weiteren Innenstadt und in urbanen Quartieren außerhalb des inneren Stadtbereichs – und Standorte am Stadtrand bzw. in peripherer Lage.

⁴⁰ Häufige Kategorien sind: altindustrielle Gebiete, „Standardgewerbegebiete“ welche die Mindestanforderungen nach BauNVO (Baunutzungsverordnung; Verordnung über die bauliche Nutzung der Grundstücke) erfüllen, speziell ausgerichtete Gewerbe-parks sowie Wohn- und Mischgebiete.

⁴¹ In der Tabelle im Anhang 2 ist jeweils angegeben, ob es sich bei den dargestellten Angaben bekanntermaßen um Thesen oder Studienergebnisse handelt oder ob eine eindeutige Einteilung aufgrund mangelnder Informationen nicht möglich ist.

stellungen zu unternehmenstypenabhängigen Standortmustern aufzuzeigen. Wider Erwarten der Autoren zeichnete sich jedoch „eher ein regionsspezifisches als ein [Unternehmens]typenabhängiges Standortmuster ab“: „Die räumliche Verteilung der Unternehmen ist nicht über ein typenspezifisches Standortverhalten zu erklären, vielmehr scheinen weitere vor allem regionsspezifische Faktoren und das jeweilige regionale Entwicklungsniveau der Dienstleistungswirtschaft von Bedeutung zu sein“ (Jähnke/Wolke 2005: 268, 270).

In Ergänzung zu den betrachteten Aspekten der Standortfaktoren-Studien und im Hinblick auf die neuerliche Auseinandersetzung mit den Thesen in Kapitel 4.6 sollen im Folgenden am Beispiel von Standorttypen-Studien zur Kultur- und Kreativwirtschaft einige Aspekte aufgegriffen und näher beleuchtet werden.

4.5.2 Einzelne Aspekte in Bezug auf Kultur- und Kreativwirtschaft

Der Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft soll anhand zweier kürzlich veröffentlichter Auseinandersetzungen mit Standorttypen etwas näher betrachtet werden. Davon befasst sich eine Untersuchung umfassend mit der Lage in Berlin (Senatsverwaltung für Wirtschaft et al. 2008, Kapitel 4), bei der anderen werden mehrere Großstädte Nordrhein-Westfalens – insbesondere Köln, Dortmund und Essen – kurz beleuchtet (Ebert et al. 2008, Kapitel 7.4). Ähnlich wie bei den Standortfaktoren-Studien wird die Kultur- und Kreativwirtschaft auch hier (bei Ebert et al. selbst innerhalb der Auseinandersetzung) an verschiedenen Branchen und Tätigkeitsprofilen festgemacht: Diese überlappen sich, sind aber nicht identisch.

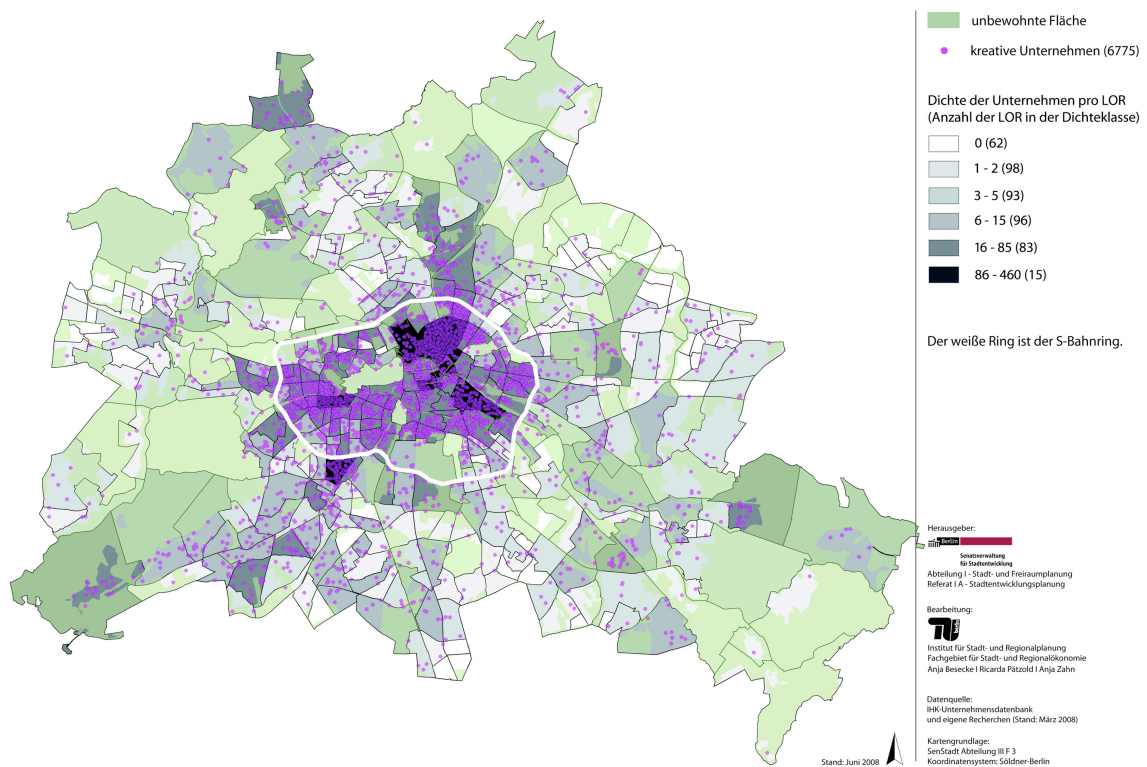
4.5.2.1 Im Fokus: Zentralität

Sowohl für Berlin als auch für die untersuchten Großstädte Nordrhein-Westfalens zeigt sich eine räumliche Schwerpunktsetzung der jeweils betrachteten Wirtschaftsakteure auf Innenstadt- und auf Innenstadtrandgebiete – Ebert et al. verwenden das Bild einer unterschiedlich stark ausgeprägten „Glockenform“ (Ebert et al. 2008: 48).

Diese auch in anderen Studien beobachtete Affinität von Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft zu innerstädtischen Räumen sollte jedoch nicht zu der generalisierenden Annahme verleiten, dass höhere Dichten „kreativer“ Unternehmen ausschließlich „in der Mitte“ zu finden sind: Es können durchaus auch Konzentrationspunkte außerhalb innerstädtischer Lagen bestehen. In den beiden Untersuchungen wird dies etwa anhand der Beispiele aus Essen (Zeche Zollverein) und Berlin⁴² (Friedenau oder auch Alt-Tegel) deutlich (vgl. Abb. 13 und 14).

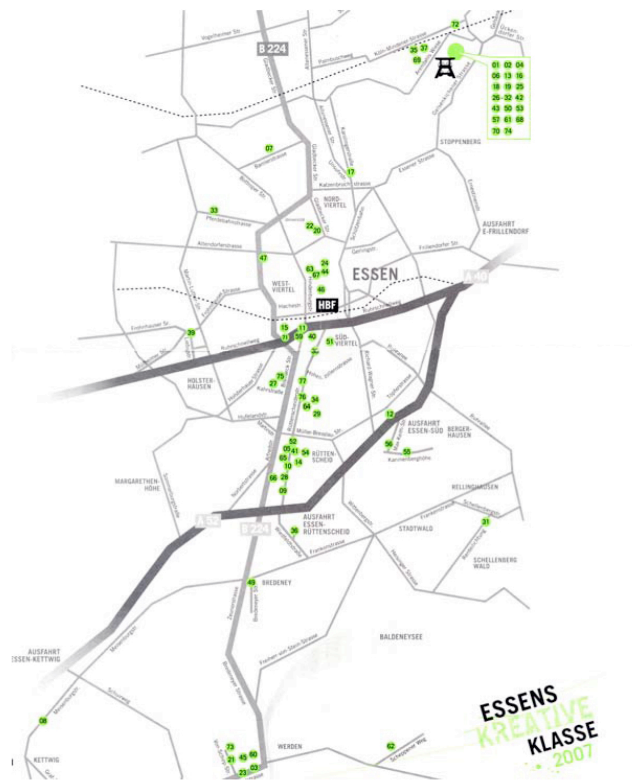
⁴² In der Studie zu Berlin wird festgestellt, dass höhere Konzentrationen in äußeren Stadtbereichen in der Regel vorkommen in Räumen, die direkt an die innere Stadt grenzen, in Zentren der äußeren Ortsteile oder an Standorten mit spezifischen Infrastrukturangeboten (vgl. Senatsverwaltung für Wirtschaft et al. 2008: 108).

Abb. 13: Verteilung der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Berlin



Quelle: Senatsverwaltung für Wirtschaft et al. 2008: 106

Abb. 14: Verteilung ausgewählter Segmente der Kultur- und Kreativwirtschaft in Essen



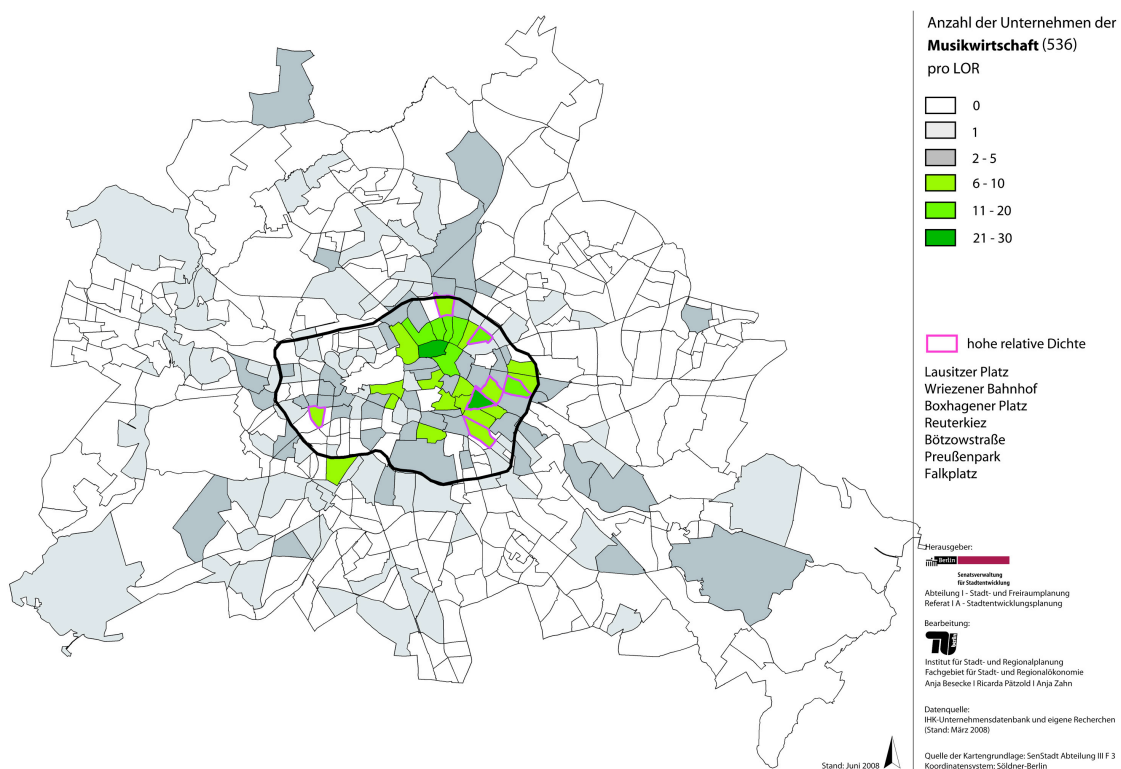
Quelle: Stadt Essen 2007, zit. nach Ebert et al. 2008: 49

4.5.2.2 Im Fokus: Konzentrationsdifferenzen

Wie sich die untersuchten Unternehmen nicht gleichmäßig abnehmend von den inneren zu den äußeren Stadtbereichen verteilen, so stechen bei detaillierterer Betrachtung mindestens zwei weitere Unregelmäßigkeiten ins Auge. Besonders auffällig ist zum einen, dass innerhalb der Innenstadt – und damit innerhalb des Gebiets mit der jeweils höchsten Dichte – die Konzentrationsdifferenzen zwischen einzelnen innerstädtischen Erhebungsräumen erheblich sein können. Es kann also nicht generell geschlossen werden, dass in einem Stadtteil, nur, weil er zentral liegt, eine hohe Dichte an Unternehmen der Kultur- und/oder Kreativwirtschaft anzutreffen ist: Die in den betrachteten Studien festgestellte hohe Konzentration in der Innenstadt relativ zu den äußeren Stadtteilen ist ungleichmäßig verteilt und weist in sich jeweils einzelne Konzentrationsbereiche auf.

Zum anderen zeigt die Berliner Studie in ihrem Detaillierungsgrad, dass es neben zahlreichen Überlappungen durchaus auch Unterschiede in der räumlichen Verteilung und der Zentralitätsneigung einzelner Branchen bzw. Teilmärkte gibt⁴³ (vgl. Abb. 15 und 16). Auch wenn – selbst angesichts der immer wieder etwas unterschiedlichen Definitionen und Eingrenzungen – häufig von *der* Kultur- und Kreativwirtschaft die Rede ist: Auf ein einheitliches räumliches Verteilungsmuster kann trotz der wesentlichen Überlappungen gegenwärtig nicht geschlossen werden.

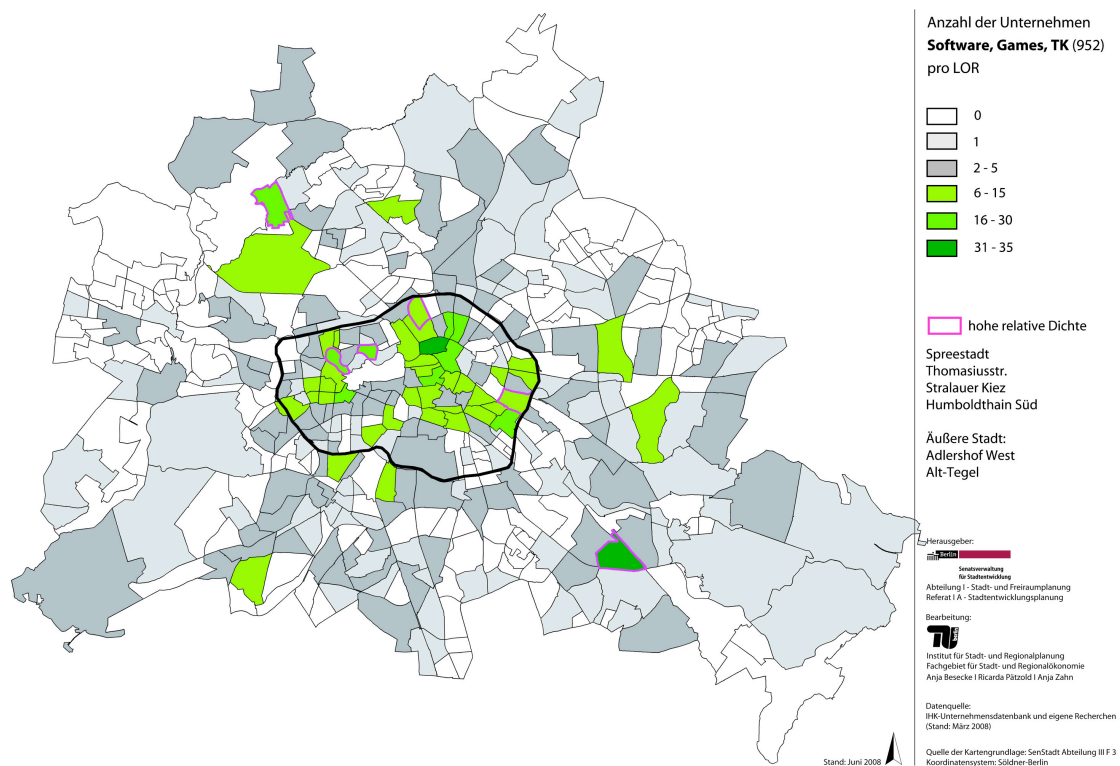
Abb. 15: Räumliches Verteilungsmuster des Teilmarktes Musikwirtschaft in Berlin



Quelle: Senatsverwaltung für Wirtschaft et al. 2008: 110

⁴³ Auch bei Ebert et al. wird auf unterschiedliche räumliche Verteilungsmuster einzelner Branchen und Tätigkeitsbereiche hingewiesen, dies wird allerdings nicht im Detail ausgeführt oder belegt.

Abb. 16: Räumliches Verteilungsmuster des Teilmarktes Software, Games, Telekom. in Berlin



Quelle: Senatsverwaltung für Wirtschaft et al. 2008: 112

4.5.2.3 Im Fokus: Nutzungsmischung

Angesichts der in beiden Studien dokumentierten Zentralitätsneigung der betrachteten Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft überrascht es wenig, dass die Studienergebnisse im Regelfall auf eine Präferenz für gemischt genutzte Standorte hindeuten. Für Berlin wird dies ausdrücklich hervorgehoben: Zum Zeitpunkt der Untersuchung waren 76 Prozent der betrachteten Unternehmen „in Quartieren mit überwiegender Wohnnutzung angesiedelt“⁴⁴, ein knappes Viertel (24 Prozent) waren „in Bebauungsstrukturen zu finden, die vorrangig durch Handel, Dienstleistungen, Gewerbe oder Industrie geprägt sind“ (Senatsverwaltung für Wirtschaft et al. 2008: 113f).

4.5.2.4 Im Fokus: Standortfaktorenbündel

Beide Studien definieren auf Grundlage verschiedener Aspekte einzelne Raumtypen, in denen sich Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft ballen. Die definierten Raumtypen unterscheiden sich zwischen den einzelnen Städten bzw. bei Ebert et al. (2008) zwischen einzelnen Stadttypen (u.a. Metropol- bzw. Großstädte und Großstädte mit altindustriellem Hintergrund) und beziehen sich unterschiedlich stark auf Eigenschaften des Stadtteils und/oder

⁴⁴ Besonders hoch war der Anteil von Unternehmen der Designwirtschaft in Quartieren mit dominierender Wohnnutzung – dieser betrug 86,3 Prozent (vgl. Senatsverwaltung für Wirtschaft et al. 2008: 124).

Eigenschaften der dort zu findenden Unternehmen oder Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Die folgenden Bezeichnungen für Raumtypen sollen beispielhaft unterschiedliche Definitionsansätze illustrieren.

Für Berlin:

- „urbanes, etabliertes, innerstädtisches Quartier“, als Merkmale werden u.a. genannt: historische Stadtteile, vielfältiger Branchenmix der Kultur- und Kreativwirtschaft (Senatsverwaltung für Wirtschaft et al. 2008: 114, 129),
- „innerstädtische Umbruchquartiere mit hoher Problem-, aber auch Potenzialdichte“, als Merkmale werden u.a. genannt: eher „ärmere“ Quartiere, überwiegend gründerzeitliche Bauungsstrukturen, häufiges Vorhandensein alter Gewerbehöfe und Standorte vieler Neugründungen (Senatsverwaltung für Wirtschaft et al. 2008: 120, 129),
- „Stadtbrachen in zentralen Lagen“, als Merkmale werden u.a. genannt: kein festes Image, geringer Kostenaufwand und Möglichkeiten zu persönlicher Gestaltung und Engagement durch Raumpioniere (Senatsverwaltung für Wirtschaft et al. 2008: 122, 129),
- „aufgegebene Gewerbebauten, die sich durch Lagegunst und räumlich/architektonische Qualitäten auszeichnen“, als Merkmale werden u.a. genannt: häufig umgenutzte denkmalgeschützte Gewerbehöfe, aber auch alte Verkehrsdepots oder Fabriken (Senatsverwaltung für Wirtschaft et al. 2008: 125, 129) und
- „Kulturbauten als Flagships bei (Groß-)Projekten der Stadtentwicklung“ (Senatsverwaltung für Wirtschaft et al. 2008: 128f).

Für Metropol- bzw. Großstädte in Nordrhein-Westfalen:

- „touristische Flanier- bzw. Entertainmentgebiete und Standorte (inter)national wettbewerbsfähiger Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft“,
- „touristische Szenequartiere mit etablierten kleinteiligen Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft“,
- „multiethnisch geprägte Szenequartiere mit kleinteiligen Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft“,
- „gewachsene bzw. ausgewiesene Gewerbegebiete für TV, film, Medien und IT“ und
- „Eroberungs- und Erprobungsquartiere der Kultur- und Kreativwirtschaft“ (Ebert et al. 2008: 46).

Mit den Bezeichnungen und Beschreibungen solcher Raumtypen werden letztlich Bündel von Standortfaktoren beschrieben⁴⁵. In diesem Sinne handelt es sich auch um Einschätzungen zur Bedeutung von spezifischen Kombinationen miteinander verbundener Standortfaktoren, die in ihrer Konstellation einen Standort mit einer hohen Konzentration bestimmter Unternehmensarten von einem anderen in derselben Stadt oder Region unterscheiden. Dabei können solche Raumtypisierungen bzw. Standortfaktorenbündel gewissermaßen ein Bild erzeugen, das oft nicht vollständig in Einzelteile (also einzelne Standortfaktoren) zu zerlegen ist und das auf einen

⁴⁵ Und ggf. in größerem Detail erläutert – siehe insbesondere Senatsverwaltung für Wirtschaft et al. 2008: 114-116, 120-122.

potenziellen Mehrwert hinweist: Während solche Bilder zwar im Vergleich zu einzelnen Faktoren als weniger messbar erscheinen, können sie mit ihren jeweils unterschiedlichen Ausprägungen mehrere Dimensionen zum Ausdruck bringen. Inwiefern die somit erzeugten Bilder und die darin wiederzufindenden einzelnen Standortfaktoren tatsächlich die jeweils ausschlaggebenden sind, kann freilich nicht abschließend beurteilt werden.

4.6 Die Thesen im Lichte empirischer Befunde

Die in Kapitel 4.2 umrissenen Thesen stehen zum Zeitpunkt des Schreibens großteils erst seit wenigen Jahren im Raum und die Entwicklungen, auf denen sie gründen, befinden sich (noch) in vollem Gange. Zum jetzigen Zeitpunkt kann es also nur eingeschränkt empirische Belege für oder gegen die Thesen geben. Dementsprechend kann auch anhand der betrachteten Studien⁴⁶ keine eindeutige Beweisführung erfolgen – dennoch lassen sie erste vorsichtige Einschätzungen in Bezug auf die Haltbarkeit und Ausprägungen einiger der vorgestellten Thesen zu⁴⁷. Diese können sich allerdings immer nur auf die (aktuelle) Bedeutung einzelner Standortfaktoren beziehen: Die Bedeutungszu- oder -abnahme einzelner Standortfaktoren kann – angesichts des generellen Mangels an Langzeitstudien zur Bedeutungsentwicklung von Standortfaktoren – aus den vorliegenden Studienergebnissen nicht präziser beschrieben werden.

- *These: eine **weitere Ausdifferenzierung von Standortfaktoren:***

Angesichts der zunehmenden Ausdifferenzierung von Branchen, Unternehmensarten, Arbeitsweisen, Organisationsformen u.Ä. scheint eine weitere Ausdifferenzierung von Standortfaktoren im Zuge übergreifender aktueller Entwicklungen wie des Strukturwandels (vgl. Kapitel 4.1) zumindest plausibel. Allerdings lässt eine Kombination mehrerer Problematiken gegenwärtig keine sicheren Rückschlüsse auf eventuelle Ausdifferenzierungsprozesse zu:

- Es kann kaum beurteilt werden, ob ein Faktor, der erst seit kurzem erfragt wird und als verhältnismäßig bedeutend beurteilt wird, in seiner Rolle als Standortfaktor für bestimmte, im Zuge der wirtschaftlichen Ausdifferenzierung neu entstandener Unternehmenstypen und/oder in der dem Faktor beigemessenen Bedeutung tatsächlich „neu“ ist und damit das Spektrum an Standortfaktoren erweitert, oder ob er lediglich vorher nicht abgefragt wurde (vgl. Kapitel 4.4.1).
- In der überwiegenden Mehrheit der Standortfaktoren-Studien wird mit recht breit gefassten Teilsektoren- oder Branchenkategorien gearbeitet.
- Die Studienergebnisse werden selten nach anderen Kriterien als Teilsektoren- oder Branchenkategorien ausgewertet (etwa Arbeitsweisen oder Organisationsformen).

⁴⁶ In erster Linie werden die in größerem Detail betrachteten Ergebnisse der Standortfaktoren-Studien (vgl. Kapitel 4.4) diskutiert. Ergänzend werden relevante Ergebnisse aus betrachteten Standorttypen-Studien einbezogen.

⁴⁷ Wie in Kapitel 4.4.1 beschrieben, erlaubt auch das neue Auftreten eines Standortfaktors in jüngeren Studien keine Rückschlüsse darüber, ob der betreffende Standortfaktor oder die ihm beigemessene Bedeutung an sich „neu“ ist: Es belegt lediglich, dass der Standortfaktor erst seit kurzem im Blick der Forschung präsent ist.

- *These: Die Entwicklung von **Arbeitsmärkten für Hochqualifizierte** zum zentralen Standortfaktor:*

Das Vorhandensein und ggf. auch die Verfügbarkeit *qualifizierter* Arbeitskräfte scheinen von beinahe genereller Bedeutung zu sein. Ob es dabei jedoch insbesondere um *Hochqualifizierte* im Sinne eines Hochschulabschlusses geht, lässt sich auf Basis der Standortfaktoren-Studien weder bestätigen noch widerlegen, da selten nach diesem spezifischen Standortfaktor gefragt wird. Die nicht weiter definierten, aber häufig als Standortfaktor erfragten „qualifizierten Arbeitskräfte“ sind von den befragten Unternehmen als in ihrem Sinne „ausreichend“ bzw. „passend qualifiziert“ zu verstehen. Die in der Regel hochrangige Platzierung dieses Faktors weist zwar darauf hin, dass Qualifikationen potenzieller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine bedeutende Rolle spielen, deren Art – in Bezug auf formelle Bildungsabschlüsse, aber auch darüber hinaus – bleibt jedoch offen. Ohne eine diesbezügliche Aussage über hochqualifizierte Arbeitskräfte treffen zu können, scheint die Bedeutung, die dem Faktor „Qualifizierte Arbeitskräfte“ zugesprochen wird, nicht besonders neu zu sein: Immerhin wurde der Faktor „Qualifikation der Arbeitskräfte“ bereits in einer Studie aus dem Jahre 1979 erfragt und drittplatziert (vgl. Krätke 1995 nach Ruppert im Anhang 1).

- *These: Eine wachsende Bedeutung **weicher Standortfaktoren**:*

Es gibt einige Anzeichen dafür, dass neben harten Standortfaktoren auch weiche eine bedeutende Rolle spielen – zumindest für einige der Kultur- oder Kreativwirtschaft zugeordnete Unternehmenstypen, bei denen auch vermehrt nach weichen Standortfaktoren gefragt wird⁴⁸. Dabei handelt es sich allerdings nicht um eine durchgängige höhere Bewertung weicher im Vergleich zu harten Standortfaktoren; auch können keine einzelnen, besonders bedeutenden weichen Standortfaktoren abgeleitet werden (u.a. sind die erfragten Standortfaktoren von Studie zu Studie unterschiedlich und werden in ihrem jeweiligen Kontext auch unterschiedlich bewertet).

Es fällt bspw. auf, dass die 2004 durch Mundelius/Hertzsch befragten Unternehmen der Berliner Musikwirtschaft die Faktoren „Lage des Standorts“ und „Inspirierendes Klima und Kultur“ im Schnitt als bedeutender im Vergleich zu den übrigen erfragten 18 Kriterien beurteilten (zumindest bei der einen dargestellten Sortierungsweise; vgl. Anhang 1 und Mundelius/Hertzsch 2005). Während die „Lage des Standorts“ die Interpretation als eher harter oder weicher Standortfaktor offen lässt, ist „Inspirierendes Klima und Kultur“ eindeutig dem weichen Spektrum zuzuordnen. Ähnliches gilt für die „Lebens- und Freizeitqualität“, die jedoch in diesem Zusammenhang als weniger bedeutend denn eine ganze Reihe harter Standortfaktoren eingeschätzt wurde.

Auch in der Untersuchung von Ebert et al. zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund (vgl. Anhang 1 und Ebert et al. 2008) werden weiche Faktoren als besonders bedeutend eingeschätzt: Einer der beiden Faktoren „Persönliche Gründe“ und „Lebens- und Freizeitqualität“ nimmt unabhängig von den dargestellten Auswertungslogiken und dem betrachteten Teilmarkt immer den ersten Rang ein, gemeinsam rangieren sie jeweils in der oberen Hälfte der Liste, die auch mehrere harte Standortfaktoren umfasst.

⁴⁸ Bei Untersuchungen zu anderen Unternehmenstypen oder Branchen wird wesentlich seltener – und wenn, dann mit einem geringeren Anteil an den erfragten Faktoren – nach weichen Standortfaktoren gefragt. Einen Grund hierfür bildet vermutlich der „Verdacht“ auf eine Affinität von Unternehmen und Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft zu weichen Standortfaktoren. Siehe dazu z.B. die Thesen, Herleitungen und Untersuchungen von Helbrecht 1999; Florida 2005 oder Läßle 2004 und vgl. zur methodischen Problematik Kapitel 4.3.

In der Studie zur Berliner Kreativwirtschaft von Herkommer/Henckel (vgl. Anhang 1 und Herkommer/Henckel 2008) spielen eher weiche Standortfaktoren ebenfalls eine nicht unwesentliche Rolle: Unter den immobilienbezogenen Standortfaktoren liegen die „Spielräume zur eigenen Gestaltung“ und „Ansprechende Architektur“ etwa mittig, unter den umfeldbezogenen Standortfaktoren kommt der „Nähe zum Wohnort der Geschäftsführung“ und – weniger deutlich, da je nach Auswertungsmethodik recht unterschiedlich – den „Öffnungszeiten der Einzelhandels- und Freizeitangebote“ eine bedeutende Rolle zu.

- *These: Eine wachsende Bedeutung von **Image bzw. Erscheinungsbilds und Bekanntheitsgrads** eines Standorts:*

Von den in dieser These genannten Aspekten wurde lediglich der Faktor „Image des Standorts“ und/oder „Image der Stadt“ in mehreren (sieben) Standortfaktoren-Studien erfragt – und von den befragten Unternehmen mit höchst unterschiedlichen relativen Bedeutungszuordnungen versehen. Dies gilt auch für einzelne Branchen, wo sich wiederum die Kontextabhängigkeit der Untersuchungsergebnisse und damit die Vergleichsproblematiken zeigen. Werden etwa die Ranglisten zu Befragungen von Dienstleistungsunternehmen herangezogen, so rangiert das „Image der Stadt“ bei Paff (Call Center unterschiedlicher Branchen; vgl. Anhang 1 und Paff 2002) im unteren Bereich der Liste (Rang 15 von 17), das „Image des Standortes“ wird bei Schmidt (unternehmensorientierte Dienstleistungsunternehmen; vgl. Anhang 1 und Schmidt 2005) nur von den Unternehmen mit zwei bis neun Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern als bedeutend eingeordnet⁴⁹ und dem (gemischten!) Faktor „Wirtschaftsklima, Image der Region“ kommt in den Ergebnissen von Glaser/Menze der erste Rang zu (Dienstleistungsunternehmen; vgl. Anhang 1 und Glaser/Menze 2003). Auf Grundlage der betrachteten Studien erscheint es also kaum möglich, eine auch nur vage Aussage zur generellen Bedeutung des Images als Standortfaktor zu treffen.

Ähnliches gilt für die Faktoren „Architektur“ und „Bekanntheitsgrad“: Die Bedeutung der Architektur wurde in den zwei Standortfaktoren-Studien, die sie thematisierten, zwar jeweils dem Mittelfeld zugeordnet, allerdings handelt es sich um höchst unterschiedlich aufgebaute und ausgerichtete Forschungsvorhaben (siehe die 1996 von Planquadrat durchgeführte Studie sowie die Ergebnisse von Herkommer/Henckel aus dem Jahre 2008; vgl. Anhang 1 und Bonny 2001 sowie Herkommer/Henckel 2008). Der Standortfaktor „Bekanntheitsgrad“ – genau: „Bekanntheitsgrad von Dortmund“ – wurde lediglich von Ebert et al. in ihrer Studie zur Kreativwirtschaft erfragt (vgl. Anhang 1 und Ebert et al. 2008). Dieser rangiert im Verhältnis zu den anderen gelisteten Standortfaktoren fast durchweg auf einem der hinteren drei von elf Rängen, woraus allerdings keine Schlüsse zur (generellen) Bedeutung(slosigkeit) des Faktors gezogen werden können.

Die betrachteten Standorttypen-Studien bieten Hinweise dafür, dass Faktoren wie Image, Adresse und Bekanntheitsgrad des Standorts zumindest für einige der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordnete Unternehmensarten von Bedeutung sind. So wird in der Berliner Studie festgestellt: „Differenziert man kleinere von größeren Unternehmen, ist die „Affinität“ größerer, marktetablierter Unternehmen zu renommierten Standortadressen häufig sehr ausgeprägt und

⁴⁹ Da jeweils nur die fünf höchstbewerteten Standortfaktoren bekannt sind und das Image nur bei der Kategorie der Unternehmen mit zwei bis neun Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in diesem Bereich liegt, kann nicht beurteilt werden, wie groß der Unterschied zur Einschätzung durch Dienstleistungsunternehmen anderer Größe ist.

korreliert mit einer hohen Zahlungsbereitschaft für Gewerbemieten. Bei vielen Unternehmen ist die „Street Credibility“, die Glaubwürdigkeit einer produktspezifischen Unternehmensadresse als Teil des Vermarktungskonzepts, von Bedeutung“ (Senatsverwaltung für Wirtschaft et al. 2008: 114). In der Studie zu Städten in Nordrhein-Westfalen wird in einigen Raumtypisierungen die Rolle des touristischen Bekanntheitsgrads betont und in Verbindung mit einigen Unternehmertypen gebracht: „touristische Flanier- bzw. Entertainmentgebiete“ mit „(inter)national wettbewerbsfähiger Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft“ sowie „touristische Szenequartiere mit etablierten kleinteiligen Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft“ (Ebert et al. 2008: 46).

- *These: Eine wachsende Bedeutung der **räumlichen Nähe** miteinander direkt oder indirekt verbundener Unternehmen und Einrichtungen:*

Die Ergebnisse der betrachteten Standortfaktoren-Studien bieten einige Hinweise dafür, dass die räumliche Nähe zu verwandten bzw. verbundenen Unternehmen in der Regel durchaus von Bedeutung ist. Zwar wurden entsprechende Faktoren kaum je auf den obersten Rängen platziert, dafür erscheinen sie in den sechs recht unterschiedlichen Studien, in denen sie vorkommen, fast durchweg im Mittelfeld der jeweiligen Ranglisten (siehe jeweils Anhang 1 und dort verzeichnete Quellenangaben):

- Der Standortfaktor „Kontakte zu Unternehmen der gleichen Branche“ findet sich bei Grabow et al. (Studie von 1993, gemischtes Branchenspektrum) bei allen drei Auswertungsvarianten im Mittelfeld (Rang zehn bzw. 12 von 20).
- „Ergänzende Betriebe“ wurde bei Bergfeld/Groß bzw. der IHK Berlin (Studie von 1995) von den Unternehmen aus den Wirtschaftszweigen Industrie, Kleingewerbe, Logistik und Bürodienste als „wichtig“ eingestuft, von den Einzelhandels-Unternehmen als „sehr wichtig“.
- Der Standortfaktor „Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Unternehmen“ findet sich in der Untersuchung von Spieß (Studie von 2001, verarbeitendes Gewerbe) auf Rang elf von 23.
- Der Faktorenkomplex „Unternehmensumfeld, Nähe zertifizierter Zulieferer, Kooperationspartner“ wird bei Glaser/Menze (Studie von 2003, gemischtes Branchenspektrum, Raum Dresden) in beiden Sortierungsvariante dem (unteren) Mittelfeld zugeordnet (Ränge 14 bzw. 13 von 20).
- Die „Nähe zu Kooperationspartnern“ rangiert bei Herkommer/Henckel (Studie von 2008, Kreativwirtschaft) unter den umfeldbezogenen Standortfaktoren jeweils im Mittelfeld (je nach Sortierung Rang sechs bzw. vier von neun).
- Demgegenüber bildet die – allerdings in ihrer Beschränkung auf Call Center sehr spezifische – 2001 durchgeführte Studie von Paff eine (wenig überraschende) Ausnahme: hier wird die „räumliche Nähe zu anderen Call Centern“ als am wenigsten wichtig unter den 17 erfragten Standortfaktoren bewertet.

Darüber hinaus weisen die betrachteten Standorttypen-Studien im Besonderen für die der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordneten Unternehmen auf eine häufig festzustellende räumliche Nähe verwandter und/oder verbundener Unternehmen hin. In der Berliner Studie heißt es dazu: „Generell zeigt die Kreativwirtschaft eine Neigung zur räumlichen Bündelung, die sowohl auf

Synergieeffekten (Netzwerkbildung) als auch auf spezifischen Raumbegabungen beruht“ (Senatsverwaltung für Wirtschaft et al. 2008: 129).

- *These: Eine wachsende Bedeutung der räumlichen Nähe zu **Hochschulen und Forschungseinrichtungen**:*

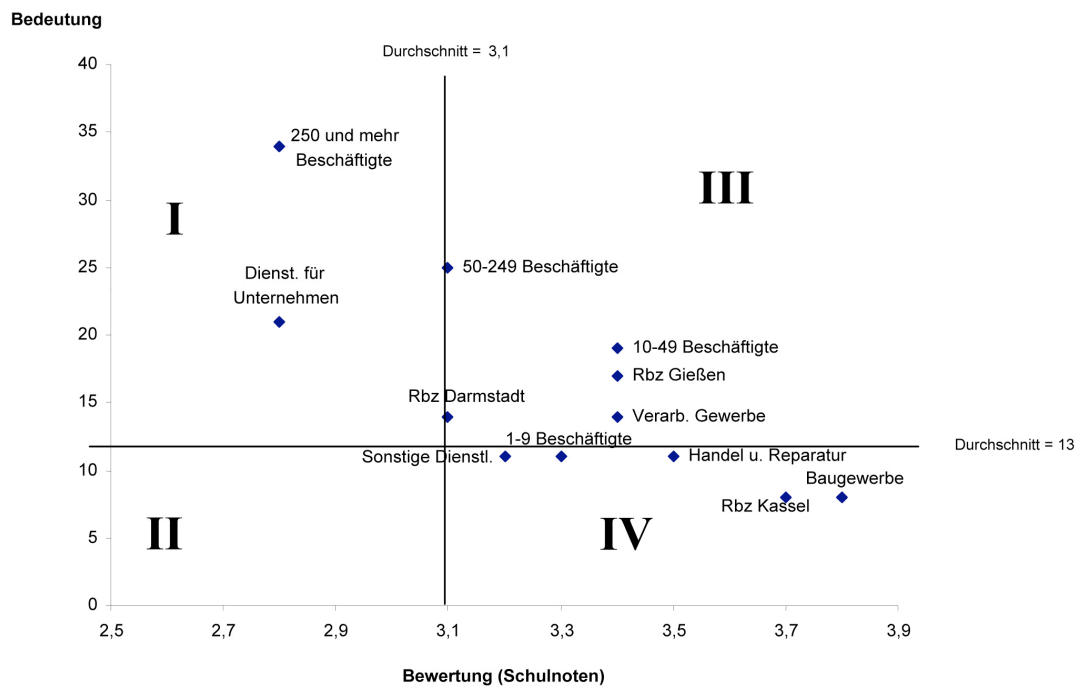
Auf den ersten Blick scheinen mehrere Studien die These der großen Bedeutung der räumlichen Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen eher zu widerlegen. Fast in jeder Befragung, die diesen oder einen ähnlichen Faktor mit einbezog, ist er auf einem der untersten Ränge – mehrfach auch auf dem letzten – wiederzufinden (siehe jeweils Anhang 1 und dort verzeichnete Quellenangaben):

- Der Standortfaktor „Nähe zu Universitäten und Forschungseinrichtungen“ wurde bei Spieß (Studie von 2001, verarbeitendes Gewerbe, Gera und Umfeld) dem unteren Drittel der Skala zugeordnet (geteilter Rang 17/18 von 23),
- der Faktor „Forschungseinrichtungen“ nimmt bei Glaser/Menze (Studie von 2003, gemischtes Branchenspektrum, Raum Dresden) je nach Sortierungsvariante den 15. oder 20. Rang von 20 ein,
- die „Nähe zu Universitäten und Forschungseinrichtungen“ rangiert bei Mundelius/Hertzsch (Studie von 2004, Musikwirtschaft, Berlin) auf dem hintersten Rang (20 von 20),
- auch der Faktor „Nähe zu Forschungs-/Technologiezentren“ liegt bei Fischer et al. (Studie von 2006, gemischtes Branchenspektrum, Deutschlandweit) auf Rang 12 von 12,
- ähnlich wird die „Nähe zu Forschungseinrichtungen bzw. Hochschulen“ bei Baden/Schmid (Studie von 2006, Hessen) bewertet – sie erreichte bei allen betrachteten Sortierungsvarianten und für alle gesondert betrachteten Branchen den Rang 12 von 12, die einzige Ausnahme zeigte sich in der Analyse nach Unternehmensgrößen, in der die befragten Grossbetriebe mit über 250 Beschäftigten den Faktor als bedeutender im Vergleich zu zwei weiteren Standortfaktoren einschätzten (Rang 10 von 12).

Aufgrund des starken Kontrastes zwischen der Bedeutung, die dem Standortfaktor zugeschrieben wird, und der Einschätzung der Unternehmen wurde von Baden/Schmid hierzu eine gesonderte Detailauswertung der Ergebnisse durchgeführt. Diese zeigte, dass die Bewertung der Bedeutung der „Nähe zu Forschungseinrichtungen bzw. Hochschulen“ je nach betrachteter Unternehmensgruppe sehr unterschiedlich ausfallen kann (vgl. Baden/Schmid 2007: 14; siehe auch Abb. 17):

„Die Nähe zu Forschungseinrichtungen und Hochschulen wird von 63 % der hessischen Betriebe als „unwichtig“ betrachtet. Diese Einschätzung ist insbesondere über die Betriebsgrößenklassen sehr ungleich verteilt: 69 % aller Kleinbetriebe gaben an, dieser Faktor sei für den Betriebsstandort unwichtig, bei Großbetrieben waren es nur 19 %. ... Die höchste Bedeutung hat dieser Standortfaktor für Großbetriebe (mehr als 250 Beschäftigte), mittlere Betriebe (50-249 Beschäftigte) sowie für Betriebe aus dem Bereich der Dienstleistungen für Unternehmen. ... Vergleichsweise bedeutsam eingeschätzt, aber überdurchschnittlich schlecht bewertet wird die Nähe zu Forschungseinrichtungen von Kleinbetrieben (10-49 Beschäftigte), von Betrieben des Verarbeitenden Gewerbes sowie aus dem Regierungsbezirk Gießen. Die schlechtesten Bewertungen kommen aus dem Baugewerbe und dem Regierungsbezirk Kassel, hier ist der Faktor aber auch nur von untergeordneter Bedeutung“ (Baden/Schmid 2007: 14).

Abb. 17: Bedeutung und Bewertung des Standortfaktors „Nähe zu Forschungseinrichtungen“ in Hessen 2006



Quelle: Baden/Schmid 2007: 15

Während die Nähe zu Universitäten und Forschungseinrichtungen in mehreren Studien von zahlreichen Unternehmen durchaus als weniger bedeutend im Vergleich zu den anderen erfragten Standortfaktoren beurteilt wurde, kann daraus nicht geschlossen werden, dass sie generell unbedeutend oder kaum bedeutend ist. So zeigen die detaillierteren Ergebnisse für Hessen beispielhaft auf, dass die Bedeutung dieses Faktors je nach Gruppierung der befragten Unternehmen sehr unterschiedlich eingeschätzt werden kann; sie weisen damit gleichzeitig auf die Problematik der in den Ranglisten dargestellten Durchschnittswerte hin, die Unterschiede zwischen einzelnen Unternehmenstypen nivellieren (vgl. Kapitel 4.3).

- *These: Eine wachsende Bedeutung von **Standorten mit besonderer Ausrichtung**:*

Hinweise zur Beantwortung dieser Frage können vornehmlich aus einigen der betrachteten Standorttypen-Studien gewonnen werden. Zunächst weisen mehrere dieser Studien darauf hin, dass Standorte im Sinne von Gewerbegebieten mit besonderer Ausrichtung zumindest in den 1990er-Jahren (auf diese Zeit beziehen sich die Studien) in erster Linie für bestimmte (Teil-)Branchen und Unternehmenstypen eine Rolle spielten. So ergab eine 1999 im Raum Bremen durchgeführte Studie (vgl. Nr. 2b in Anhang 2 und Karsten/Usbeck 2001: 79), dass logistikintensive Branchen ebenso wie bestimmte Arten von unternehmensorientierten Dienstleistungsunternehmen (konkret aus den Bereichen Forschung und Entwicklung sowie Grundstücks- und Wohnungswesen, Datenverarbeitung und Datenbanken, Architektur- und Ingenieurbüros) „autobahnnähe periphere Standorte mit Profilbildung“ nachfragten. Aus mehreren Untersuchungen im Laufe der 1980er- bis 90er-Jahre schließt Bonny (vgl. Nr. 7 und 8 in Anhang 2 und Bonny 2001: 23-25), dass insbesondere Unternehmen aus dem Hochtechnologiebereich

bzw. mit hohem Forschungs- und Entwicklungsaufwand in Technologieparks bzw. Gewerbegebieten, die nach dem Konzept „Arbeiten im Park“ gestaltet wurden, wieder zu finden sind. Auf Grundlage einer Analyse der Branchenstruktur in Gewerbegebieten, die nach dem „Arbeiten im Park“-Konzept gestaltet sind, stellt Mielke fest, dass das dort vorhandene Branchenprofil trotz angestrebter breiterer Ausrichtung in der Regel von Dienstleistungsunternehmen (konkret aus den Bereichen: Forschung und Entwicklung, Informationstechnologie, EDV, Telekommunikation etc. sowie Vertrieb und Handel) dominiert wird (vgl. Nr. 10 in Anhang 2 und Mielke 2002: 41).

Darüber hinaus scheinen auch bei manchen der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordneten Unternehmenstypen Standorte mit besonderer Ausrichtung von Bedeutung zu sein. In der Berliner Studie wird festgestellt: „Branchenhomogeneren oder von einer Branche dominierten Räumen liegen häufig spezifische Infrastrukturangebote (Adlershof, Alt-Tegel) zu Grunde“ (Senatsverwaltung für Wirtschaft et al. 2008: 108f) – hier sticht insbesondere der Teilmarkt „Software, Games, Telekommunikation“ mit besonders hohen Anteilen in den genannten Gebieten ins Auge. Der für Großstädte in Nordrhein-Westfalen definierte Standorttyp „Gewachsene bzw. ausgewiesene Gewerbegebiete für TV, Film Medien und IT“ weist in eine ähnliche Richtung (vgl. Ebert et al. 2008: 46).

- *These: Ein Bedeutungsgewinn **innerstädtischer bzw. urbaner Räume** als Standorte:*

Während Standortfaktoren wie „innerstädtische Lage“ oder „Urbanität“ in keiner der betrachteten Standortfaktoren-Studien direkt erfragt wurden, spielt die Frage nach der (inner)städtischen Lage bei mehreren Standorttypen-Studien eine zentrale Rolle. Zumindest für zwei – sich in Teilen überschneidende – Unternehmensgruppen legen die betrachteten Typenstudien eine (im Einzelfall natürlich differenziert zu betrachtende) Präferenz für innerstädtische Lagen bzw. die Urbanität eines Standorts nahe.

Wie in Kapitel 4.5 umrissen, weisen die beiden betrachteten Standorttypen-Studien zur Kultur- und Kreativwirtschaft eine ausgeprägte Affinität der überwiegenden Mehrheit der betrachteten Unternehmen zu Standorten in der Innenstadt und in Innenstadtrandgebieten nach. Vor diesem Hintergrund liefert die Standortfaktoren-Studie von Mundelius/Hertzsch ein Indiz dafür, dass zumindest für Unternehmen der Berliner Musikwirtschaft die – meist innerstädtische – Lage von großer Bedeutung ist: Der Faktor „Lage des Standorts“ wurde von den befragten Unternehmen als der bedeutendste eingeschätzt (Rang eins von 20; vgl. Anhang 1 und Mundelius/Hertzsch 2005).

Darüber hinaus zeigen einige weitere Standorttypen-Studien auch eine Präferenz bestimmter Typen von Dienstleistungsunternehmen für (inner)städtische Standorte (vgl. Anhang 2 – insbesondere Nummern 2b, 3, 4). Die unter Nr. 2b und 4 aufgeführten Studien legen die Vermutung nahe, dass Kriterien wie die Bedeutung der Repräsentativität des Standorts sowie von Kundenkontakt und Kooperation für die (inner)städtische Standortwahl mancher Dienstleistungsunternehmen (etwa Finanz- und Beratungsdienstleistern) ausschlaggebend sind. Wird jedoch die unter Nr. 3 aufgeführte Studie von Jähnke/Wolke in die Betrachtung mit einbezogen, wird das Bild komplexer und widersprüchlicher, u.a. weil ihre vergleichende Untersuchung zu Informationsdienstleistern in Berlin und München unerwarteterweise ein eher regionsspezifisches Standortmuster ergab, das heißt, die Unterschiede in den Standortmustern lassen sich am ehesten mit regionalen Differenzen erklären (vgl. hierzu auch Jähnke/Wolke 2005: 268). Die unternehmensty-

pologischen Ergebnisse der Studien Nr. 2b und 4 werden damit überlagert von den eher regions-spezifischen Ergebnissen von Jähnke/Wolke – darin muss kein Widerspruch liegen, allerdings sind die Wirkungszusammenhänge zwischen Unternehmenstypen und regionalen Eigenheiten (noch) nicht ausreichend bekannt, um eine Einschätzung zu ermöglichen.

- *These: Ein Bedeutungsgewinn von **Standorten an Verkehrsachsen und -knotenpunkten** außerhalb urbaner Zentren:*

Zahlreiche Standortfaktoren-Studien erfragen zwar die Bedeutung von Faktoren wie „Verkehrs-anbindung“ oder „Verkehrsinfrastruktur“ – dass diese häufig als recht bedeutend im Verhältnis zu den anderen erfragten Standortfaktoren beurteilt werden, sagt jedoch noch sehr wenig über die Haltbarkeit obiger These aus. Ähnlich verhält es sich mit Studien, in denen nach modalen Erreichbarkeiten (etwa „IV-Erreichbarkeit“ und „ÖPNV-Erreichbarkeit“) oder nach der Reichweite der Anbindung (etwa „überregionale Verkehrsanbindung“) unterschieden wird und in denen sich häufig ein differenzierteres Bild zeigt.

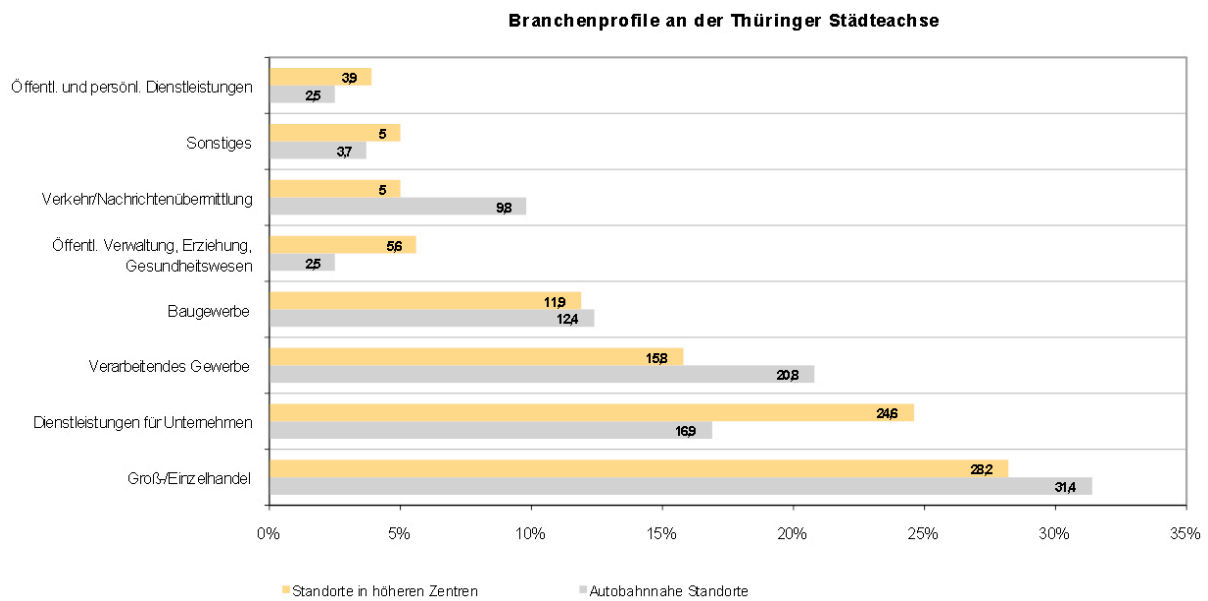
Etwas aufschlussreicher zeigen sich in Bezug auf diese These die Standorttypen-Studien, die auf Affinitäten v.a. bestimmter Arten von Dienstleistungsunternehmen und logistikorientierten Unternehmen zu (IV-)verkehrlich gut angebundenen Standorten außerhalb von Städten hinweisen.

So kommt etwa Mielke (2002, vgl. Nr. 6 in Anhang 2) in seiner Zusammenfassung aus mehreren Quellen zum Schluss, dass „technische, organisatorische und schulende Dienstleistungen“ besonders an „gut erreichbaren Standorten im suburbanen Raum“ interessiert sind. Ebenfalls mit Dienstleistungsunternehmen befasst sich die Studie von Jähnke/Wolke (2005, vgl. Nr. 3 in Anhang 2) – sie zeigt, dass in München etwa die Hälfte, in Berlin ein deutlich geringerer Teil der untersuchten Informationsdienstleister an Standorten im suburbanen Raum zu finden waren, allerdings wird keine Aussage über die (Rolle der) Verkehrsanbindung getroffen.

Die in Karsten/Usbeck 2001 wiedergegebenen Ergebnisse der 1999 durchgeführten Studie (vgl. Nr. 2b in Anhang 2) für den Raum Bremen zeigen, dass dort in „peripheren, autobahnnahen Standorten mit Profilbildung“ besonders zwei Typen von Dienstleistungsunternehmen (einmal v.a. Forschungs- und Entwicklungsunternehmen aus dem Bereich der unternehmensnahen Dienstleistungen und einmal v.a. Unternehmen aus den Bereichen Grundstücks- und Wohnungswesen, Datenverarbeitung und Datenbanken sowie Architektur- und Ingenieurbüros) sowie logistikintensive Branchen (Großhandel und Verkehr) zu finden waren.

Darüber hinaus führen Karsten/Usbeck drei Studien auf, deren Ergebnisse jeweils auf eine Affinität logistikorientierter Branchen zu suburbanen Standorten an überregional bedeutsamen Autobahnachsen hindeuten (vgl. Karsten/Usbeck 2001: 75). Bspw. wurde in Untersuchungen des Branchenprofils der Unternehmen auf autobahnnahen Neustandorten an der Thüringer Städte-achse im Vergleich zu Standorten in „höheren Zentren“ (Erfurt, Gera, Weimar) festgestellt, dass die größte verhältnismäßige Differenz zugunsten der autobahnnahen Standorte im Anteil der Unternehmen direkt im Bereich „Verkehr/Nachrichten“ besteht: Diese machten in den höheren Zentren ca. fünf Prozent der Unternehmen aus, an den autobahnnahen Standorten jedoch das doppelte. Auch bei Branchen, die zwar nicht direkt der Logistik angehören, für die logistische Funktionen jedoch in der Regel von zentraler Bedeutung sind (Groß-/Einzelhandel und verarbeitendes Gewerbe), zeigte sich ein schwereres Gewicht außerhalb der Städte an den Verkehrsachsen (vgl. Karsten/Usbeck 2001: 75f und Abb. 18).

Abb. 18: Branchenprofile an der Thüringer Städtechse 1998



Quelle: Eigene Darstellung nach Karsten/Usbeck 2001: 76

In eine ähnliche Richtung weist die 2004 durchgeführte vergleichende Studie von Ramms/Wehling (2006; vgl. Abb. 19). Untersucht wurde ein Sample von acht Gewerbegebieten in nord- und westdeutschen Großstadregionen, die unmittelbar an einem Autobahnanschluss und nahe bei Autobahnkreuzen liegen, sich in der Vermarktung befanden und mindestens 20 ha groß waren. Um Schwerpunktsetzungen in der Nutzung der Standorte festzustellen, wurden sie hinsichtlich der Branchenzugehörigkeit der dort Beschäftigten untersucht. In sechs der acht Gebiete hatten logistikorientierte Unternehmen (zusammengefasst wurden Verkehr und Nachrichtenübermittlung sowie Großhandel und Handelsvermittlung) den größten Beschäftigtenanteil, wobei die Bandbreite zwischen 75 % und 38 % schwankte. In fünf dieser sechs Gebiete rangierte das verarbeitende Gewerbe jeweils an zweiter Stelle (Bandbreite zwischen 28 % und 9 %). In den beiden Gewerbegebieten, in denen nicht die Logistik dominierte, nahm das verarbeitende Gewerbe den vordersten Platz ein – die Autoren merken hierzu an, dass es sich um Gebiete handelt, „bei deren Vermarktung keine ausdrückliche Spezialisierung auf Logistiktutzungen erfolgt bzw. das Logistikgewerbe baurechtlich ausgeschlossen ist“ (Ramms/Wehling 2006: 4). Insgesamt erwies sich die Kombination Logistik, verarbeitendes Gewerbe, Dienstleistungen als die häufigste (in „Reinform“ in drei Gebieten), in vier Gebieten spielt auch das Baugewerbe eine wesentliche Rolle (Bandbreite zwischen 28 % und 11 %).

Abb. 19: Eigenschaften und Nutzung autobahnnaher Gewerbegebiete in den Regionen Bremen, Dortmund, Hamburg, Hannover und Osnabrück 2004

	Gewerbegebiet Billwerder/ Allermöhe, Hamburg	Gewerbegebiet Rehkamp, Langenhagen, Region Hannover	Industriegebiet Velpe, Westerkappeln, Landkreis Steinfurt	Gewerbegebiet Am Mersch, Bönen, Landkreis Unna
Lage	10 km südöstlich der Hamburger Innenstadt	10 km nördlich der Hannoveraner Innenstadt	12 km westlich der Osnabrücker Innenstadt	23 km nordöstlich der Dortmunder Innenstadt
Autobahnanschluss	Autobahn A 25, AS Allermöhe (1,0 km), Autobahndreieck Hamburg Südost (3 km)	Autobahn A 352, AS Hannover-Flughafen (0,5 km), Autobahndreieck Hannover-West (7 km)	Autobahn A 30, AS Lotte (0,3 km), Autobahnkreuz Lotte/Osnabrück (2 km)	Autobahn A 2, AS Bönen (1,0 km), Kamener Kreuz (5 km)
Bruttofläche (ha)	165 ha	44,5 ha	74 ha	136,5 ha
Nettofläche (ha)	100,0 ha	38 ha	72 ha, davon 20 ha Erweiterung	100,0 ha
Art der baulichen Nutzung	Gewerbegebiet (100 ha)	Gewerbegebiet (ca. 38 ha)	Industriegebiet (ca. 72 ha)	Gewerbegebiet (ca. 20 ha) Industriegebiet (ca. 80 ha)
Verfügbare Fläche	28,9 ha	5,1 ha	10 ha	4,5 ha
Grundstückspreis (€ je m ²)	100,00 €	100,00 €	ab 26,00 €	38,00 €
Vermarktungszeitraum	Seit 1986	Seit 1990	Seit 2001 (Erweiterung, erste Ansiedlungen Ende 1950er Jahre)	Seit 1992
Durchschnittl. Vermarktung	4,0 ha pro Jahr	2,4 ha pro Jahr	3,3 ha pro Jahr	8,0 ha pro Jahr
Arbeitsplatzdichte	72 Arbeitsplätze / ha	42 Arbeitsplätze / ha	19 Arbeitsplätze / ha	35 Arbeitsplätze / ha
Durchschnittliche Unternehmensgröße	30 Beschäftigte je Unternehmen	69 Beschäftigte je Unternehmen	26 Beschäftigte je Unternehmen	48 Beschäftigte je Unternehmen
Wichtigste Branchen (nach Beschäftigtenanteilen)	1. Logistik (71 %) 2. Verarbeitendes Gewerbe (9 %) 2. Dienstleistungen (9 %)	1. Logistik (65 %) 2. Verarbeitendes Gewerbe (28 %) 3. Dienstleistungen (4 %)	1. Logistik (47 %) 2. Verarbeitendes Gewerbe (28 %) 3. Baugewerbe (21 %)	1. Logistik (75 %) 2. Verarbeitendes Gewerbe (16 %) 3. Dienstleistungen (6 %)

	Gewerbegebiet Hemelinger Marsch, Bremen	Gewerbepark Achim-Uesen, Landkreis Verden	Gewerbegebiet Oyten-Süd, Landkreis Verden	Gewerbegebiet Brinkum-Mitte, Stuhr, Landkreis Diepholz
Lage	7 km südöstlich der Bremer Innenstadt	19 km südöstlich der Bremer Innenstadt	16 km südöstlich der Bremer Innenstadt	6 km südlich der Bremer Innenstadt
Autobahnanschluss	Autobahn A 1, AS Bremen-Hemelingen (0,5 km), Bremer Kreuz (7,5 km)	Autobahn A 1, AS Brinkum (1,0 km), Bremer Kreuz (6 km)	Autobahn A 1, AS Oyten (1,0 km), Bremer Kreuz (4 km)	Autobahn A 1, AS Brinkum (0,5 km), Bremer Kreuz (13,5 km)
Bruttofläche (ha)		60 ha	81,4 ha	
Nettofläche (ha)	51,6 ha	49 ha	70 ha, davon 50 ha Erweiterung	31,7 ha, davon 17,1 ha Erweiterung
Art der baulichen Nutzung	Eingeschr. GE (ca. 10 ha) GE (ca. 30 ha) GI (ca. 10 ha)	GE (ca. 40 ha) GI (ca. 9 ha)	GE (ca. 60 ha) SO (ca. 10 ha)	GE (ca. 19 ha) Eingeschr. GE (ca. 12 ha)
Verfügbare Fläche	14,4 ha	6 ha	2 ha	9,1 ha
Grundstückspreis (€ je m ²)	44,00 €	31,00 €	31,00 €	ab 23,00 €
Vermarktungszeitraum	ab 1998	ab 1991	ab 1982 (1. BA ab 1963)	ab 1999 (1. BA ab 1975)
Durchschnittl. Vermarktung	5,1 ha pro Jahr	3,3 ha pro Jahr	2,2 ha pro Jahr	1,6 ha pro Jahr
Arbeitsplatzdichte	46 Arbeitsplätze / ha	45 Arbeitsplätze / ha	33 Arbeitsplätze / ha	23 Arbeitsplätze / ha
Durchschnittliche Unternehmensgröße	25 Beschäftigte je Unternehmen	28 Beschäftigte je Unternehmen	14 Beschäftigte je Unternehmen	10 Beschäftigte je Unternehmen
Wichtigste Branchen (nach Beschäftigtenanteilen)	1. Verarbeitendes Gewerbe (42 %) 2. Logistik (35 %) 3. KFZ-Handel u. Werkst., Tankstellen (12 %)	1. Verarbeitendes Gewerbe (35 %) 2. Baugewerbe (28 %) 3. Dienstleistungen (23 %)	1. Logistik (38 %) 2. Verarbeitendes Gewerbe (23 %) 3. Baugewerbe (11 %) 4. Dienstleistungen (11 %)	1. Logistik (42 %) 2. Baugewerbe (23 %) 3. Dienstleistungen (21 %)

Quelle: Ramms/Wehling 2006: 2

4.7 Abschließende Bemerkungen

Standortfaktoren-Studien sind notwendigerweise Auseinandersetzungen mit spezifischen und nicht reproduzierbaren Kombinationen von Untersuchungsgegenständen und räumlichen Zusammenhängen. Bisherigen Standortfaktoren-Studien liegt zudem jeweils eine eigene Vorgehensweise und ein spezielles Studiendesign zugrunde. Daraus ergibt sich eine weit reichende Kontextgebundenheit der Ergebnisse, die ihre direkte Vergleichbarkeit mindert und aufgrund derer sich Generalisierungen der Ergebnisse einzelner Studien – wie sie nicht selten in Entwicklungskonzepten und entsprechenden Argumentationen zu finden sind – verbieten.

Diese Ausgangsbedingungen sind v.a. auf die Breite, Komplexität und Vielschichtigkeit der Thematik zurückzuführen. In Verbindung mit dem häufigen Fehlen oder dem nur ansatzweisen Vorhandensein von Differenzierungen (etwa in Bezug auf Teilbranchen und andere Unternehmensmerkmale aber auch auf räumliche Ebenen oder Raumtypen) erklären sie auch das Phänomen, dass trotz der Vielzahl von Standortfaktoren-Studien die empirische Basis insgesamt doch wenig belastbar bleibt: Selbst bei einer breiten Zusammenschau mehrerer oder einer Gegenüberstellung einzelner bedingt ähnlicher Studien können lediglich vorsichtige Aussagen zu einzelnen Aspekten getroffen werden.

Ähnliches gilt für Standorttypen-Studien, allerdings unter etwas anderen Vorzeichen. Sie differenzieren in der Regel stärker in Bezug auf ihren räumlichen Kontext (Standorttypisierung unter Einbezug mehrerer Eigenschaften) und auf die untersuchten Unternehmen (Unternehmens-typisierung unter Einbezug mehrerer Eigenschaften), wobei sich die gewählten Ansatzpunkte für Differenzierungen von einer Studie zur nächsten meist stark unterscheiden. Allerdings können in Bezug auf *einzelne* Standortfaktoren und ihre spezifische Bedeutung keine oder nur ungenaue Aussagen getroffen werden – sie mögen zwar (implizit) in Standortfaktorenbündeln enthalten sein, die herausgelöste Einschätzung ihrer tatsächlichen Bedeutung für die ansässigen Unternehmen bleibt aber ansatzbedingt spekulativ.

Wie die Besprechung der einzelnen Thesen zeigt, kann der gleichzeitige Blick aus beiden Perspektiven, also aus derjenigen der Standortfaktoren und derjenigen der Standorttypen, jedoch durchaus lohnend sein: Die beiden Studienarten mit ihren jeweiligen Herangehensweisen können sich in Teilen ergänzen und damit einige der Lücken verkleinern, die die einzelnen Verfahren für sich genommen aufweisen – wenn denn ausreichend differenzierte und differenzierende Auseinandersetzungen vorliegen.

Auch eine solche kombinierte Betrachtungsweise stößt bei der Beurteilung von Erwartungen und Thesen zu Veränderungsprozessen in der unternehmerischen Standortwahl und der *Bedeutungsentwicklung* von Standortfaktoren an ihre Grenzen. Da es sich bei den vorliegenden Studien um empirische Momentaufnahmen mit weitgehendem Unikat-Charakter handelt und keine Langzeitstudien bekannt sind, ist eine Einschätzung fortlaufender Entwicklungen kaum möglich. Dies ist besonders deshalb bedauerlich, da gerade – des Öfteren als Tatsachen dargestellte – Erwartungen und Thesen häufig (Standort-)Entwicklungskonzepte und Politikansätze prägen oder ihnen zugrunde liegen.

Schließlich soll noch kurz auf eine Auffälligkeit eingegangen werden: In der Gesamtbetrachtung der Studien zeigte sich, dass sowohl die Neigung zur mangelhaften Dokumentation bzw. Publikation der Methodik, Grundlagen und Rahmenbedingungen von Studien als auch der Hang zu generalisierenden Aussagen auf Basis einer oder weniger Studien in erster Linie in solchen Studien bzw. Publikationen zu verzeichnen waren, die Produkt von Beratungsleistungen für Gebietskörperschaften sind. Eine Erklärung dafür könnte im Zusammenwirken bestimmter Interessenskonstellationen unter den Vorzeichen knapper öffentlicher Mittel zu finden sein: So liegt auf der einen Seite ein Interesse des Auftraggebers an „klaren Aussagen“ nahe, während auf der anderen Seite das unternehmerische Interesse bestehen dürfte, den Forschungsaufwand für die – wahrscheinlich eher eng budgetierte – Beratungsleistung gering zu halten und das ggf. vorhandene eigene „Kapital“ an Datensätzen nicht preiszugeben. Vor der Verwendung der Daten insbesondere aus solchen Auftragsstudien in der Wissenschaft aber auch in der Praxis ist daher im Einzelfall zu prüfen, welchen Beitrag zum (wissenschaftlichen) Erkenntnisgewinn die empirische Basis der Aussagen liefern kann.

5 Abschließende Betrachtung und Empfehlungen

Hinter Schlagworten wie Globalisierung, Strukturwandel und demographischem Wandel verbergen sich tief greifende und fortdauernde Veränderungsprozesse, die sich in vielfältiger Weise auf Städte und Regionen ebenso wie auf Unternehmen auswirken. Vor dem Hintergrund der sich kontinuierlich verändernden wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen kommt den Determinanten und Prozessen der unternehmerischen Standortwahl erhebliches wissenschaftliches und politisches Interesse zu.

Seit ihren Anfängen im frühen 19. Jahrhundert durchläuft die Theoriebildung zur und die Erforschung der unternehmerischen Standortwahl einen Prozess der Anpassung, Verbreiterung und Ausdifferenzierung, der die jeweiligen Phasen der wirtschaftlichen Entwicklung widerspiegelt. So widmeten sich die ersten Theorien den Standorten der landwirtschaftlichen Produktion, während zu Beginn des 21. Jahrhunderts verstärkt die Standortwahl von Unternehmen untersucht wird, die der Wissensökonomie und der Kreativwirtschaft zugeordnet werden.

Die entstandenen Theorien zur räumlichen Verteilung von Unternehmensstandorten lassen sich in zwei – gegeneinander nicht scharf abgrenzbare – Gruppen einteilen: Einige Modelle stellen in erster Linie die idealtypische Verteilung von Unternehmen oder wirtschaftlicher Aktivitäten im Raum in den Vordergrund, während andere Ansätze v.a. das tatsächliche Standortwahlverhalten in den Mittelpunkt rücken. Zwar können diese Modelle und Ansätze das Verständnis räumlicher Verteilungsmuster erweitern, sie können jedoch keine eindeutigen Erklärungen für die unternehmerische Standortwahl liefern und sind damit auch kaum als Grundlage für wirtschafts- oder kommunalpolitische Entscheidungen geeignet.

Angesichts der eingeschränkten praktischen Anwendbarkeit der Mehrheit der theoretischen Modelle und Ansätze wird die unternehmerische Standortwahl mittlerweile verstärkt auf empirischem Wege erforscht. In einem Grossteil dieser empirischen Forschung kommt Standortfaktoren als Größen, die einen Raum als potenziellen Standort von anderen unterscheidet und damit die Standortwahl von Unternehmen beeinflussen kann, besondere Bedeutung zu. Eine der wesentlichen Herausforderungen hierbei begründet sich in der Vielzahl von raumdifferenzierenden Eigenschaften, die als Standortfaktoren in Frage kommen. Es bestehen mehrere Ansätze zur Sortierung und Gruppierung von Standortfaktoren, die deren Handhabbarkeit zwar vereinfachen. Allerdings gelangen sie angesichts des schillernden Charakters bzw. der Mehrdeutigkeit vieler Standortfaktoren auch an ihre Grenzen und erlauben keine trennscharfen oder allgemeingültigen Unterscheidungen oder Abgrenzungen.

Empirische Forschungsergebnisse der letzten Jahre legen zudem nahe, dass die wesentliche Gemeinsamkeit der überwiegenden Mehrheit aller Standortfaktoren in der ausgeprägten Kontextabhängigkeit sowohl ihres Bestehens als auch ihrer Bedeutungseinschätzung liegt. So ergeben sich viele parallele, kontextspezifische Eindrücke über die Bedeutung einzelner Aspekte für bestimmte Unternehmen zu bestimmten Zeitpunkten in bestimmten räumlichen Zusammenhängen. Bisher lassen sich aus diesen gewonnenen Erkenntnissen jedoch keine branchenspezifischen oder gar allgemeingültigen Abgrenzungen oder Bedeutungsordnungen von Standortfaktoren destillieren. Auch die Wechselwirkungen und Abhängigkeiten zwischen einzelnen

Standortfaktoren sowie ihre Rolle im unternehmerischen Standortverhalten bleiben weitgehend im Dunkeln.

Die Auseinandersetzung mit der Bandbreite der betrachteten Standortfaktoren-Forschung macht darüber hinaus deutlich, dass es sich bei den Studien in vielerlei Hinsicht um empirische Momentaufnahmen mit Unikat-Charakter handelt: Sie sind eingebettet in ihren jeweils eigenen Untersuchungskontext und es kommen unterschiedliche Forschungs- und Darstellungsansätze zum Einsatz. Die zahlreichen Differenzen im Aufbau der einzelnen Studien sind eng mit der Komplexität und der Vielschichtigkeit der Thematik an sich verbunden. Eine partielle „Harmonisierung“ von Standortfaktoren-Studien – wäre sie denn möglich – würde auch am Ziel vorbeiführen und durch eine artifizielle Einengung des Blicks auf die Thematik eher Schaden stiften. Der Vergleichbarkeit der Untersuchungsergebnisse sind somit enge Grenzen gesetzt. Dasselbe gilt entsprechend für die Exaktheit eines wissenschaftlich soliden Erkenntnisgewinns auf der Basis mehrerer verschiedener Studien.

Dennoch besteht hoher Bedarf an wissenschaftlicher Erkenntnis und darauf basierender politischer Orientierung zur unternehmerischen Standortwahl im Allgemeinen und zu Standortfaktoren im besonderen: Vor dem Hintergrund aktueller wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen wird sowohl in der Forschung als auch in der Praxis weithin angenommen, dass sich Standortwahl sowie Standortfaktoren und ihre Bedeutung verändern – und es wird nicht zuletzt aufgrund der kommunalen und regionalen Standortkonkurrenz nach Möglichkeiten gesucht, die Strategien der Standortentwicklung an die gegenwärtige und künftige Nachfrage anzupassen. Zu den in der Literatur der letzten Jahre anzutreffenden Erwartungen in Bezug auf die Folgen aktueller Entwicklungen für die unternehmerische Standortwahl und Standortfaktoren gehören u.a. eine weitere Ausdifferenzierung von Standortfaktoren, die Entwicklung von Arbeitsmärkten für Hochqualifizierte zum zentralen Standortfaktor sowie eine wachsende Bedeutung weicher Standortfaktoren.

Um die erwarteten Veränderungen und Entwicklungen wissenschaftlich begleiten und verifizieren zu können und um den Aussagegehalt und den Erkenntniswert einzelner Studien zu erhöhen, wird es nötig sein, sowohl empirische Forschungsansätze als auch theoretische Modelle und Ansätze anzupassen, zu erweitern und zu verfeinern. Dazu sollen die folgenden Vorschläge einen Beitrag leisten:

Forschungsansätze

Die Aussagekraft von klassischen, schlaglichtartigen Standortfaktoren-Studien gerät angesichts der Komplexität der heutigen wirtschaftlichen und räumlichen Strukturen und Einflüsse schnell an ihre Grenzen – Weiterentwicklungen innerhalb solcher Studien sind daher ebenso notwendig wie auch ihre Ergänzung durch andere Ansätze.

- **Durchführung von Langzeitstudien:** Eine verstärkte Berücksichtigung der zeitlichen Dimension in Standortfaktoren-Studien wie auch in Standorttypen- und verwandten Studien würde die Grundlage für Erkenntnisse zur Bedeutungsentwicklung von Standortfaktoren und Veränderungen in der unternehmerischen Standortwahl wesentlich verbessern. Aufschlussreich dürften – in Kombination oder einzeln – sowohl kontinuierliche Beobachtungen der Standortwahl von einzelnen Unternehmen oder Unternehmensgruppen als auch regelmäßig

wiederholte Untersuchungen oder Befragungen (jeweils mit räumlicher und/oder unternehmenstypenbasierter Einschränkung) sein.

- **Vermehrte Kombination verschiedener Ansätze innerhalb von Studien:** Einige der inhärenten Schwächen von Standortfaktoren-Studien wie auch anderer Ansätze zur Erforschung der unternehmerischen Standortwahl können durch eine gleichzeitige Betrachtung des Untersuchungsgegenstands aus mehreren Blickwinkeln gemildert werden. Dabei kommt sowohl einer Erweiterung des Repertoires – etwa der Ergänzung von Standortfaktoren-Studien durch Standorttypen-Studien (vgl. z.B. Senatsverwaltung für Wirtschaft et al. 2008: 112f), Interviews (vgl. z.B. Grabow et al. 1995) oder Conjoint-Analysen (vgl. z.B. Stadt Kassel/Planquadrat Dortmund 2005: 80ff) – wie auch der verstärkten Suche nach neuen Erklärungsmöglichkeiten und Informationsquellen Bedeutung zu.
- **Verbreiterung der Studienfokusse:** Die Mehrheit der aktuellen Standortfaktoren-Studien konzentriert sich auf bestimmte Unternehmensarten. Es bedürfte einer intensiveren Auseinandersetzung mit einer größeren Bandbreite von Unternehmens- und Erwerbsformen wie etwa Selbständigen, Kleinstunternehmen oder auch temporären Nutzern.
- **Verstärkter Fokus auf kleinräumliche Ebenen:** Es besteht derzeit ein weitgehender Mangel an Studien, die sich dezidiert mit der räumlichen Mikro-Ebene – also mit Standortfaktoren und der unternehmerischen Standortwahl in Bezug auf das Spektrum von einzelnen Immobilien bis zum engeren Umfeld der Immobilien – befassen. Ein Beispiel hierfür ist Herkommer/Henckel 2008: 50ff.
- **Durchführung größer angelegter Studien:** Viele der erwähnten Aspekte könnten im Rahmen größer angelegter Studien besonders effektiv miteinander verbunden werden, indem sie von dem Vorteil einer größeren (wenn auch nach wie vor nicht bedingungslosen!) Vergleichbarkeit profitieren. Insbesondere die gleichzeitige Betrachtung mehrerer Räume bzw. Raumtypen und Unternehmenstypen innerhalb eines einheitlichen Untersuchungsrahmens kann aufschlussreich sein, weil sich die Möglichkeit zur mehrdimensionalen Auswertung und damit zur Feststellung von Korrelationen bzw. Kovarianzen, Unterschieden und ggf. Abhängigkeiten bietet. Beispiele sind Grabow et al. 1995 und – in etwas kleinerem Rahmen – Baden/Schmid 2007 und Schmidt 2005.
- **Verstärkte Untersuchung des Standortentscheidungsprozesses:** Flankierend und informierend zu Studien, die abstrakte Einschätzungen und Resultate unternehmerischer Standortentscheidungen in den Mittelpunkt stellen, bedürfte es einer größeren Wissensbasis zum unternehmensinternen Vorgehen bei der Standortwahl, gerade auch in Bezug auf kleinere Unternehmen.

Studiendesign und -durchführung

Die aufgezeigten Weiterentwicklungen und Ergänzungen von Standortfaktoren-Studien müssen sich notwendigerweise auch im Design und der Durchführung der Studien niederschlagen.

- **Erfassung von und Auswertung nach mehreren Dimensionen von Kriterien:** Die Erfassung einer größeren Anzahl von Kriterien erlaubt sowohl eine verbesserte Einordnung der Studienergebnisse als auch deren Auswertung in Bezug auf verschiedene möglichen Sub-Gruppen, Korrelationen bzw. Kovarianzen und (Kombinationen von) Einflussfaktoren

(vgl. z.B. Baden/Schmid 2007). Neben der häufig betrachteten Branchenzugehörigkeit könnten u.a. die folgenden Kriterien verstärkt mit einbezogen werden: Unternehmensgröße, Tätigkeitsarten im Unternehmen, Qualifikationsart und -niveau der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, aktuelle Lebenszyklusphase (z.B. Wachstum, Schrumpfung), gegenwärtiger Standort und Standorttyp, Bedeutung von direktem Kundenkontakt am Standort, Emissionen und Auswirkungen auf das räumliche Umfeld, Funktion des Befragten im Unternehmen, Anzahl bisher getroffener Standortentscheidungen.

- **Präzisere Einschränkung des Untersuchungsgegenstands:** Insbesondere um Informationsverlusten durch Nivellierung und Bildung von Durchschnittswerten vorzubeugen, wäre eine vermehrte Betrachtung kleinerer und exakter definierter Einheiten von Bedeutung – sowohl innerhalb größerer Studien als auch bei kleineren Studien.
- **Stärkere Berücksichtigung unterschiedlicher räumlicher Ebenen:** Eine vermehrte Unterscheidung von Standortfaktoren nach räumlichen Ebenen (etwa in Bezug auf einzelne Immobilien, deren Umfeld, den Stadtteil usw.) ermöglicht sowohl für die Befragten als auch in der Ergebnisbewertung eine präzisere Definition und Interpretation der einzelnen Faktoren. Darüber hinaus berücksichtigt eine parallele Darstellung zu unterschiedlichen räumlichen Ebenen, dass gleichzeitig mehrere und sich überlappende Prioritätenhierarchien bestehen können (vgl. als Beispiel Herkommer/Henckel 2008: 50ff).
- **Methodische Ausweitung:** Die Bedeutung von Standortfaktoren lässt sich nicht allein anhand von Listen vorab ausgewählter Standortfaktoren ermitteln, deren Inhalt den Befragten zur Bewertung vorgegeben wird. Anstelle von oder in Ergänzung zu eventuellen Listen kann eine vermehrte Verwendung offener Fragen u.a. die Identifikation zusätzlicher, bislang nicht oder kaum berücksichtigter Standortfaktoren ermöglichen, in Bezug auf Abhängigkeiten zwischen einzelnen Faktoren und ihre Wirkungsrichtung (als Push- oder Pull-Faktoren) aufschlussreich sein sowie Hinweise auf das unternehmerische Vorgehen (die unternehmerische Denk- bzw. Handlungslogik) bei Standortentscheidungen liefern. Mögliche offene Fragen wären etwa: Welche Gründe und Eigenschaften waren ausschlaggebend für die Wahl des jetzigen Standorts? Welche Kriterien muss ein Standort auf jeden Fall erfüllen? Worin bestehen Ausschlusskriterien?

Studienkommunikation

Die Kommunikationsweise und Darstellungsform von Studien und Studienergebnissen zu Standortfaktoren ist häufig stark vereinfacht – und wird damit der Komplexität des Untersuchungsgegenstandes, der Differenziertheit der Untersuchungsergebnisse und den Grenzen des Forschungsansatzes nicht gerecht.

- **Erhöhte Transparenz:** Eine gründliche Dokumentation und detaillierte Publikation der Methodik, Grundlagen und Rahmenbedingungen von Standortfaktoren-Studien ist unerlässlich für die Einschätzung der Ergebnisse durch Dritte und damit für den wissenschaftlichen Erkenntnisgewinn. Mindestens die folgenden Eckpunkte sollten abgedeckt sein und klar kommuniziert werden: Untersuchungsraum, Branche, Unternehmensgrößen, Anzahl befragter Unternehmen, Anzahl erfragter Standortfaktoren, Jahr der Befragung, Befragungs- und Auswertungsmethodik.

- **Anpassung der Darstellungsform an die Möglichkeiten (und Grenzen) der Aussagefähigkeit:** Die häufig verwendete Darstellungsform von Standortfaktoren in Ranglisten erlaubt zwar einen schnellen Überblick, kommt aber durch eine (zu) weitgehende Vereinfachung der Studienergebnisse zustande und verleitet zu ungenauen oder gar falschen Schlüssen. Ein deutlich präziseres und dennoch übersichtliches Bild können etwa Balken grafiken liefern, welche die Anteile und Abstufungen in den Bewertungen einzelner Standortfaktoren darlegen (vgl. z.B. Herkommer/Henckel 2008: 50ff). Für Standortfaktoren-Untersuchungen mit gleichzeitiger Bewertung der Standortfaktoren bietet sich eine Matrix als Darstellungsform an (siehe als Beispiel Baden/Schmid 2007).
- **Vollumfängliche Ergebnisdarstellungen:** Verkürzte Darstellungen von Untersuchungsergebnissen, z.B. durch eine Reduktion auf die „wichtigsten“ fünf Standortfaktoren, schränken die Aussagekraft unnötig ein und sollte daher vermieden werden.
- **Berücksichtigung der Kontextgebundenheit der Studienergebnisse:** Sowohl in den Ergebnisinterpretationen innerhalb einzelner Studien zu Standortfaktoren und Standortwahl als auch in darauf aufbauenden Argumentationen und Konzepten sollten die Grenzen der Vergleichbarkeit und die Grenzen der Übertragbarkeit der Studienergebnisse explizit berücksichtigt werden.

Weiterführende Forschungsfragen

Neben den bereits erwähnten Ausweitungen der Betrachtung im Zuge von Standortfaktoren-Studien und anderen Studienarten zur unternehmerischen Standortwahl wären sowohl empirische als auch wissenschaftstheoretische Auseinandersetzungen mit weitergehenden Forschungsfragen hilfreich. Dazu könnten zählen:

- Wie stark kontrastieren die Einschätzungen der Bedeutung von Standortfaktoren durch Unternehmen innerhalb einer Kommune und den kommunalen Akteuren selbst?
- Worauf gründen kommunale Strategien der Standortentwicklung?
- Welche Rolle spielen Standortfaktoren-Studien (und/oder Standorttypen-Studien) und daraus abgeleitete Konzepte für kommunale Strategieentwicklung?
- Welchen Erfolg haben kommunale Strategien der Standortentwicklung, und welchen Beitrag haben Standortfaktoren-Studien (und/oder Standorttypen-Studien) und daraus abgeleitete Konzepte erbracht?
- Inwiefern können mathematische Modelle zur Abbildung und Modellierung von komplexen Sachverhalten und sich daraus ergebenden Unschärfen, wie z.B. der Fuzzylogik, zusätzliche Erkenntnisse für die Prozesse der Standortwahl bieten?

Erweiterungen und Verfeinerungen von Theorien und Forschungsansätzen zur unternehmerischen Standortwahl und zu Standortfaktoren sind im Sinne einer noch weitgehend ausstehenden Anpassung der Untersuchungsmethoden an sich wandelnde wirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen nötig, um das Potenzial des wissenschaftlichen Erkenntnisgewinns auszuschöpfen. Es besteht also Bedarf an methodischer und wissenschaftlicher Grundlagenarbeit. Dabei wird nur ein kritischer und ergebnisoffener Umgang mit den derzeitigen Grenzen der Konzepte zu und Erforschung von Standortwahl und Standortfaktoren wird es ermöglichen, neue Ansätze und Theorien zu entwickeln.

Allerdings werden angesichts der auch künftig eher zunehmenden Komplexität des Untersuchungsgegenstandes alle Weiterentwicklungen von Theorie und Empirie kaum je zu exakten, quasi-mathematischen und uneingeschränkt übertragbaren Ergebnissen führen können. Umso wichtiger ist es daher, nicht erst die Wirkungszeit eventueller Veränderungen abzuwarten, sondern bereits jetzt Erwartungshaltungen an die Möglichkeiten und Grenzen der Standortfaktoren-Forschung anzupassen und dies in der politischen Bewertung von Studienergebnissen angemessen zu berücksichtigen.

6 Quellenverzeichnis

BADEN, C./SCHMID, A. (2007) *Betriebspanel Report Hessen – Standortfaktoren in Hessen 2006. Ergebnisse aus dem IAB-Betriebspanel*. Frankfurt/Main: Institut für Wirtschaft, Arbeit und Kultur (IWAK).

BERGFELD, A./GROß, I.-B. (2001) Ausweis von Vorranggebieten für Industrieansiedlungen in Thüringen. *Raumforschung und Raumordnung*, 59, 2-3, 228-236.

BODENMANN, B. (2005) *Modelle zur Standortwahl von Unternehmen*. Arbeitsbericht Verkehrs- und Raumplanung, 336. Zürich: Institut für Verkehrsplanung und Transportsysteme (IVT), ETH Zürich.

BÖHME, C./HENCKEL, D./BESECKE, A. (2006) *Brachflächen in der Flächenkreislaufwirtschaft*. Berlin: Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung.

BONNY, H. W. (2001) *Zur aktuellen Gewerbeflächenpolitik – Anforderungen an künftige Gewerbeflächen*. Dortmund: ILS/Planquadrat.

BRÜCKNER, C./BODE, T./LÜKE, C. (2007) *Gewerbeflächenentwicklung – ökologisch verträglich und zukunftsorientiert*. ILS NRW Schriften, 205. Dortmund: ILS NRW.

BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG (2006a) *Wissen – Zahlen und Fakten – Globalisierung – Luftfracht [online]*. [Letzter Zugriff 10.10.2009]. <<http://www.bpb.de/wissen/PQK08R,0,0,Luftfracht.html>>

BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG (2006b) *Wissen – Zahlen und Fakten – Globalisierung – Seefracht [online]*. [Letzter Zugriff 10.10.2009]. <<http://www.bpb.de/wissen/KSW7JQ,0,0,Seefracht.html>>

BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG (2009) *Wissen – Zahlen und Fakten – Globalisierung – Interregionaler Warenhandel [online]*. [Letzter Zugriff 10.10.2009]. <http://www.bpb.de/wissen/8EUGSK,0,0,Inter_und_intraregionaler_Warenhandel.html>

BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG (o.J.) *Themen – Demografischer Wandel in Deutschland – Abschied vom Wachstum [online]*. [Letzter Zugriff 10.10.2009]. <http://www.bpb.de/themen/PHN0P5,0,0,Abschied_vom_Wachstum.html>

CAIRNCROSS, F. (1997) *The Death of Distance: How the Communications Revolution Will Change Our Lives*. Boston: Harvard Business School Press.

COOKE, P./DE LAURENTIS, C./TÖDTLING, F./TRIPPL, M. (2007) *Regional Knowledge Economies – Markets, Clusters and Innovation*. Cheltenham/Northampton: Edward Elgar.

DESTATIS (2004) *Leben und Arbeiten in Deutschland. Ergebnisse des Mikrozensus 2003*. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt.

DESTATIS/GESIS-ZUMA/WZB (2008) *Datenreport 2008 – Ein Sozialbericht für die Bundesrepublik Deutschland*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

DOSTAL, W. (2001) Demografie und Arbeitsmarkt 2010 – Perspektiven einer dynamischen Erwerbsgesellschaft. In: BULLINGER, H.-J. (Hrsg.) *Zukunft der Arbeit in einer alternden Gesellschaft*. Stuttgart: Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation.

EBERT, R./DANIELZYK, R./CARL, C. R./VAN OOOY, U. (2008) *Kreative Ökonomie und Kreative Räume: Kultur- und Kreativwirtschaft in der integrierten Stadtentwicklung*. Dortmund: ILS/STADTart.

FASSE, M. (1999) Standort Scholle. Johann Heinrich von Thünen: "Der isolierte Staat". *Die Zeit*, 10.6.1999.

FISCHER, G./WAHSE, J./DAHMS, V./FREI, M./RIEDMANN, A./JANIK, F. (2007) Standortbedingungen und Beschäftigung in den Regionen West- und Ostdeutschlands – Ergebnisse des IAB-Betriebspanels 2006. *IAB Forschungsbericht*, 5, 1-103.

FLORIDA, R. (2005) *Cities and the Creative Class*. New York/Oxon: Routledge.

FURKERT, R. (2008) Location, Lage und Standort... *cimadirekt*, 3/2008, 23-24. Lübeck: CIMA Beratung + Management GmbH.

GLASER, J./MENZE, A. (2003) *Unternehmensbefragung: Standortanforderungen und Standortqualitäten in der Region Dresden*. Hamburg: Technische Universität Hamburg-Harburg.

GORNIG, M./RING, P. (2001) *Netzwerk Industrie: Begriff – Entwicklung – Trends*. Berlin: Regioverlag.

GÖRZIG, B./GORNIG, M./POHL, R. (2007) Spezialisierung und Unternehmenserfolg im verarbeitenden Gewerbe Deutschlands. *Vierteljahresshefte zur Wirtschaftsforschung*, 76/2007, 3, 43-58.

GRABOW, B./HENCKEL, D./HOLLBACH-GRÖMIG, B. (1995) *Weiche Standortfaktoren*. Stuttgart, Berlin, Köln: W. Kohlhammer, Deutscher Gemeindeverlag.

HEALEY, M. J./ILBERY, B. W. (1990) *Location and Change. Perspectives on Economic Geography*. Oxford/New York: Oxford University Press.

HELBRECHT, I. (1999) *Die Kreative Metropolis (Habilitationsschrift)*. München: Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Technische Universität München.

HERKOMMER, B./HENCKEL, D. (2008) *Creative Class in Berlin – Studie über Branchenstrukturen und Standortverhalten der Berliner Kreativwirtschaft*. Berlin: ORCO Germany, Berlin Partner.

JÄHNKE, P./WOLKE, M. (2005) Berlin und München – Metropolregionen als vernetzte Informationsdienstleistungsstandorte? In: KUJATH, H. J. (Hrsg.) *Knoten im Netz – Zur neuen Rolle der Metropolregionen in der Dienstleistungswirtschaft und Wissensökonomie*. Münster: Lit Verlag.

JANSEN, P. G. (2001) *Regionale Werkstatt "Qualitative Gewerbestandortentwicklung" – Abschlussbericht*. Köln/Nijmegen.

KARSTEN, M./USBECK, H. (2001) Gewerbesuburbanisierung – die Tertiärisierung der suburbanen Standorte. In: BRAKE, K./DANGSCHAT, J./HERFERT, G. (Hrsg.) *Suburbanisierung in Deutschland – aktuelle Tendenzen*. Oplanden: Leske + Budrich.

KIESEWETTER, H. (2000) *Region und Industrie in Europa 1815-1995*. Grundzüge der modernen Wirtschaftsgeschichte, Band 2. Wiesbaden: Franz Steiner Verlag.

KRÄTKE, S. (1995) *Stadt – Raum – Ökonomie*. Basel/Boston/Berlin: Birkhäuser.

KRIEGER-BODEN, C. (2004) Raumwirtschaftstheorie. In: ARL (Hrsg.) *Handwörterbuch der Raumordnung*. 4., neu bearbeitete Auflage. Hannover: Akademie für Raumforschung und Landesplanung.

KRÖHNERT, S./MEDICUS, F./KLINGHOLZ, R. (2006): *Die demografische Lage der Nation – Wie zukunftsfähig sind Deutschlands Regionen?*, Berlin: Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung.

LÄPPLE, D. (2004) Thesen zur Renaissance der Stadt in der Wissensgesellschaft. In: GESTRING, N./GLASAUER, H./HANNEMANN, C./PETROWSKY, W./POHLAN, J. (Hrsg.) *Jahrbuch StadtRegion 2003 – Schwerpunkt: Urbane Regionen*. Oplanden: Leske + Budrich.

LÖSCH, A. (1962) *Die räumliche Ordnung der Wirtschaft*. Stuttgart: Gustav Fischer Verlag.

LOTTER, W. (2009) *Die Kreative Revolution: Was kommt nach dem Industriekapitalismus?* Hamburg: Murmann Verlag.

MAIER, G./TÖDTLING, F. (2006) *Regional- und Stadtökonomik 1: Standorttheorie und Raumstruktur*. 1. Wien: Springer.

MCCANN, P. (2001) *Urban and Regional Economics*. Oxford: Oxford University Press.

MCKENZIE, L. (2008) General Equilibrium. In: DURLAUF, S./BLUME, L. (Hrsg.) *The New Palgrave Dictionary of Economics Online*. Palgrave Macmillan. [Letzter Zugriff 25.6.2009]. <http://www.dictionaryofeconomics.com/article?id=pde2008_G000023>

MIELKE, B. (2002) *Aktuelle Entwicklungen beim Gewerbeflächenbedarf*. Dortmund: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen.

MUNDELIUS, M./HERTZSCH, W. (2005) Berlin – da steckt Musike drin. *Wochenbericht des DIW Berlin*, 72, 14, 229-235.

PAFF, C. (2002) *Call Center und ihre Standortanforderungen – Eine empirische Untersuchung des Standortes Hannover*. Diplomarbeit. Hannover: Geographisches Institut der Universität Hannover.

PLOETZ (1998) *Der große Ploetz: Die Daten-Enzyklopädie der Weltgeschichte*. Freiburg im Breisgau: Verlag Herder.

PRED A. (1972) *Behavior and Location - Foundations for a Geographic and Dynamic Location Theory: Part I*. Lund: The Royal University of Lund.

RAMMS, T./WEHLING, W. (2006) Gewerbeflächen an Autobahnkreuzen. *BAW.kompakt*, 8.

RUNER, H. (1999) *Die Bestimmung der Standortanforderungen bei Standortentscheidungen*. Frankfurt/Main: Peter Lang.

SCHMIDT, S. (2005) Metropolregionen als Hubs globaler Kommunikation und Mobilität in einer wissensbasierten Wirtschaft? In: KUJATH, H. J. (Hrsg.) *Knoten im Netz – Zur neuen Rolle der Metropolregionen in der Dienstleistungswirtschaft und Wissensökonomie*. Münster: Lit Verlag.

SCHÖLER, K. (2004) Standortentscheidungen. In: ARL (Hrsg.) *Handwörterbuch der Raumordnung*. 4., neu bearbeitete Auflage. Hannover: Akademie für Raumforschung und Landesplanung.

SCHÖNEBECK, C. (1996) *Wirtschaftsstruktur und Regionalentwicklung – Theoretische und empirische Befunde für die Bundesrepublik Deutschland*. Dortmunder Beiträge zur Raumplanung, 75. Dortmund: IRPUD.

SCHUBERT, K./KLEIN, M. (2006) *Das Politiklexikon. Stichwort "Globalisierung"*. Bonn: Dietz.

SENATSVORWALTUNG FÜR WIRTSCHAFT, TECHNOLOGIE UND FRAUEN/DER REGIERENDE BÜRGERMEISTER VON BERLIN/SENATSKANZLEI – KULTURELLE ANGELEGENHEITEN/SENATSVORWALTUNG FÜR STADTENTWICKLUNG (Hrsg.) (2008) *Kulturwirtschaft in Berlin – Entwicklung und Potenziale*. Berlin: Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen.

SPIEB, S. (2001) *Zum Image der Stadt Gera – eine empirische Studie*. Ilmenau: Technische Universität Ilmenau.

STADT KASSEL/PLANQUADRAT DORTMUND (2005) *Gewerbeflächenbedarf und verfügbare Gewerbeflächen in Kassel*. Kassel/Dortmund: Stadt Kassel/Planquadrat.

STEGH, T. (2007) *Die Bedeutung des 'Pull-Before'-Prinzips bei der regionalen Standortwahl innovativer Unternehmensgründungen an den Beispielen der Biotechnologie- und der Multimediabranche*. Berlin: Selbstverlag.

TIVIG, T./HETZE, P. (Hrsg.) (2007) *Deutschland im Demografischen Wandel*. Rostock: Rostocker Zentrum zur Erforschung des Demografischen Wandels.

VON THÜNEN, J. H. (1966) *Der isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

WEBER, A. (1922) *Ueber den Standort der Industrien. Erster Teil: Reine Theorie des Standorts*. Tübingen: J. C. B. Mohr.

Weber, A./Klingholz, R. (2009) *Demografischer Wandel – Ein Politikvorschlag unter besonderer Berücksichtigung der Neuen Länder*. Berlin: Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung.

WILLENBROCK, H. (2009) Die Zauberformel. *brand eins*, 10/2009, 24-32. Hamburg: brand eins Verlag.

7 Anhang

7.1 Anhang 1: Standortfaktoren-Studien

7.2 Anhang 2: Standorttypen-Studien

7.3 Anhang 3: Standortfaktoren und räumliche Ebenen

Anhang 1: Standortfaktoren-Studien

Jahr der Studie ▶	1979 ¹	1980 ¹	1982 ¹	1993
Quelle ▶	Kräfte 1995 S. 33 nach Ruppert 1979	Kräfte 1995 S. 33 nach Leibnitz/Teschner 1979	Kräfte 1995 S. 33 nach Lüder/Küpper 1983	Grabow et al. 1995 S. 225
Fokus Unternehmensgröße	unbekannt	unbekannt	unbekannt	gemischt
Fokus räuml. Ebene	mikro-meso	mikro-meso	mikro-meso	mikro-meso
Fokus Branchen	Industrie	gemischt	gemischt	gemischt
Fokus Region	unbekannt	unbekannt	unbekannt	Deutschland
Weitere Angaben	<div>Titel "Produktionsstandorte der Industrie im Urteil der Unternehmen - Ergebnisse einer IFO-Umfrage" (IFO-Schnelldienst 19/1979)</div>	<div>Titel "Staatliche Einflüsse auf die Standortwahl der Unternehmen" (IFO-Schnelldienst 25/1980)</div>	<div>Titel "Unternehmerische Standortplanung und regionale Wirtschaftsförderung" (Göttingen 1983)</div>	<div>Titel "Weiche Standortfaktoren": Umfrage unter ca. 2000 Unternehmen zu harten und weichen (unternehmens- und personenbez.) Faktoren (H, Wu, Wp) Unterschiedliche Rangfolgen je nach Ergebnisdarstellung</div>
Ggf. weitere Anmerkungen / Unterscheidungskriterien				
Standortfaktoren ▼				
	1. Reservoir an Arbeitskräften	1. Reservoir an Arbeitskräften, Lohnkostenniveau	1. Gewerbeflächenangebot	1. Verkehrsanbindung (H)
	2. Räumliche Erweiterungsmöglichkeiten	2. Gewerbeflächenangebot	2/3. Verkehrsanbindung	2. Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitnehmer am Standort (H)
	3. Qualifikation der Arbeitskräfte	3. Verkehrsanbindung, Transportkosten	2/3. Reservoir an Arbeitskräften	3. Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitnehmer am Standort (H)
	4. Kommunalabgaben, Öffentliche Finanzhilfen	4. Wirtschaftnahe Infrastruktur	4/5. Transportkosten	3. Kommunale Abgaben, Steuern & Kosten (H)
	5. Lage zum Absatz- und Beschaffungsmarkt	5. Investitionszulagen/-zuschüsse, Sonderabschreibungen	4/5. Öffentliche Finanzhilfen	4. Kosten d. Flächen & Gebäude/Büros am Ort (H)
	6. Verkehrsanbindung	6/7. Kommunalabgaben	6/7./8. Ver- und Entsorgung	4. Kommunale Abgaben, Steuern & Kosten (H)
	7. Umweltschutzauflagen	6/7. Umweltschutz-Auflagen	6/7./8. Lohnkostenniveau	5. Wirtschaftspolitisches Klima im Bundesland (Wu)
	8. Betreuung durch Kommune	8. Kredithilfen, Bürgschaften	6/7./8. Investitionsausgaben	6. Kosten d. Flächen & Gebäude/Büros am Ort (H)
	9. Energie/Wasserversorgung	9/10. Soziale Infrastruktur	9. Steuerbelastung	7. Unternehmensfreundlichkeit der kommunalen Verwaltung (Wu)
	10. Soziale Infrastruktur	9/10. Kommunale Finanzhilfen		8. Flächenverfügbarkeit &/oder Verfügbarkeit von Büros (H)
				8. Umweltschutzauflagen am Ort (H)
				9. Flächenverfügbarkeit &/oder Verfügbarkeit von Büros (H)
				9. Umweltnutzungsbedingungen am Ort (H)
				10. Umweltschutzaufgaben am Ort (H)
				10. Kontakte zu Unternehmen der gleichen Branche (H)
				11. Wohnen & Wohnumfeld (Wp)
				12. Kontakte zu Unternehmen der gleichen Branche (H)
				12. Umweltnutzungsbedingungen am Ort (H)
				13. Image & Erscheinungsbild des engeren Betriebsstandortes (Wu)
				14. Image & Erscheinungsbild des engeren Betriebsstandortes (Wu)
			14. Freizeitmöglichkeiten (Wp)	
			15. Schulen & Ausbildungseinrichtungen (H)	
			15. Subventionen & Fördermittel (H)	
			16. Image & Erscheinungsbild des engeren Betriebsstandortes (Wu)	
			16. Subventionen & Fördermittel (H)	
			17. Image der Stadt/Region (Wu)	
			17. Image der Stadt/Region (Wu)	
			18. Attraktivität der weiteren Region (Wp)	
			18. Attraktivität der weiteren Region (Wp)	
			19. Karrieremöglichkeiten in der Region (Wu)	
			19. Freizeitmöglichkeiten (Wp)	
			20. Attraktivität der Stadt (historisches Stadtbild, Lebensart, städtisches Flair) (Wp)	
			20. Nähe zu Zulieferern (H)	

¹ Diese drei Studienergebnisse aus den Jahren 1979-1982 dienen lediglich dem beispielhaften Vergleich mit aktuelleren Studien, die im Mittelpunkt dieser Arbeit stehen.

* Mangels Hintergrundwissen und Einschätzungsmöglichkeiten wurden die Ergebnisse dieser Darstellungen in Kapitel 4 der Arbeit nicht berücksichtigt.

Jahr der Studie ▶	1995				1996
Quelle ▶	Bergfeld/Groß 2001 S. 231 nach IHK Berlin 1995				Bonny 2001 S. 30 nach Planquadrat 1996
Fokus Unternehmensgröße	unbekannt				gemischt
Fokus räuml. Ebene	mikro-meso				mikro-meso
Fokus Branchen	Industrie	Kleingewerbe	Einzelhandel	Logistik	Bürodienste
Fokus Region	Berlin-Brandenburg				Hamburg
Weitere Angaben	Titel "Wirtschaftsentwicklung und Raumplanung in der Region Berlin-Brandenburg" Edition StadtWirtschaft, IHK zu Berlin 1995, S. 106				Titel "Anforderungen an künftige Gewerbeflächen"
Ggf. weitere Anmerkungen / Unterscheidungskriterien	Keine detaillierte Rangfolge einzelner Faktoren, stattdessen Einteilung in "sehr wichtig" (sw) und "wichtig" (w)				Resultat einer Conjoint-Analyse
Standortfaktoren ▼					
	Planungsrechtliche Situation (sw)	Planungsrechtliche Situation (sw)	Planungsrechtliche Situation (sw)	Anbindung überörtlicher Verkehr (sw)	1. Lage - v.a. Innenstadt
	Anbindung überörtlicher Verkehr (sw)	Anbindung ÖPNV (sw)	Anbindung ÖPNV (sw)	Anbindung ÖPNV (sw)	2. Arbeitsmarkt - v.a. offener A.
	Anbindung ÖPNV (sw)	Grundstückspreis (sw)	ergänzende Betriebe (sw)	Flächenreserven (sw)	3. Architektur - v.a. repräsentativ
	Flächenreserven (sw)	Grundstückszuschnitt (sw)	Anbindung überörtlicher Verkehr (w)	Grundstückspreis (sw)	4. Grundstückspreis - v.a. günstig
	Grundstückspreis (sw)	Arbeitskräfte (sw)	Grundstückspreis (w)	Planungsrechtliche Situation (w)	5. Größe - v.a. mittlere Gewerbestandorte
	Grundstückszuschnitt (sw)	Flächenreserven (w)	Alllasten (w)	ergänzende Betriebe (w)	6. Nachbarschaft - v.a. Gewerbegebiet
	ergänzende Betriebe (w)	ergänzende Betriebe (w)	Arbeitskräfte (w)	Alllasten (w)	
	Alllasten (w)	Arbeitskräfte (w)	Wohnen & Wohnumfeld (w)	Arbeitskräfte (w)	
	Arbeitskräfte (w)	Wohnen & Wohnumfeld (w)	Wohnen & Wohnumfeld (w)	Wohnen & Wohnumfeld (w)	
	Wohnen & Wohnumfeld (w)				

Jahr der Studie ▶	1997	1997*
Quelle ▶	Karsten/Usbeck 2001 S. 73 nach Usbeck GmbH 1997	Mielke 2002 S. 38 nach Ministerie van Economische Zaken (NL) 1997
Fokus Unternehmensgröße	gemischt	unbekannt
Fokus räuml. Ebene	meso (regional)	mikro-meso
Fokus Branchen	gemischt	IndustrieHandelVerkehr & TransportDienstleistungen
Fokus Region	Leipziger Umland	Niederlande
Weitere Angaben	Titel "Gewerbesuburbanisierung" Befragung von ca. 300 Unternehmen auf 10 neuen Gewerbestandorten im Leipziger Umland	Titel "Aktuelle Entwicklungen beim Gewerbeflächenbedarf" Kapitel "Differenzierte Angebote als Konsequenz gewandelter Standortanforderungen der Betriebe" <i>keine weiteren Angaben bekannt</i>
Ggf. weitere Anmerkungen / Unterscheidungskriterien	Gründe für Verlagerung zu neuen Gewerbestandorten	
Standortfaktoren ▼		
	Gute regionale & überregionale Verkehrsanbindung Günstige Lage zum Markt/zu den Kunden durch die Großstadtnähe	1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Personal 5. Gebäude 6. Telekommunikationsinfrastruktur 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Erweiterungsmöglichkeiten 9. Repräsentativität der Umgebung 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
	Relativ günstiger Bodenpreis	1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
	Schnelle Standortentwicklung	1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
	Allg.: Unternehmen weisen vorwiegend eine regionale Orientierung auf	1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit
		1. IV-Erreichbarkeit 2. Be- und Entladen 3. Parkmöglichkeit 4. Gebäude 5. Telekommunikationsinfrastruktur 6. Personal 7. Pacht, Grundstückspreise 8. Repräsentativität der Umgebung 9. Erweiterungsmöglichkeiten 10. ÖPNV-Erreichbarkeit

Jahr der Studie ▶	2001*				2001*	
Quelle ▶	Jansen et al. 2001 S. 11				Jansen et al. 2001 S. 12	
Fokus Unternehmensgröße	unbekannt				unbekannt	
Fokus räuml. Ebene	mikro-meso				mikro-meso	
Fokus Branchen	Europäische Vertriebszentren	High-Tech-Produktionsstätten	Produktionsbetriebe	F&E-Niederlassungen & Verbindungsbüros	Handwerksbetriebe	DL Unternehmen
Fokus Region	(inter-national)				(eu-regional)	
Weitere Angaben	Titel "Regionale Werkstatt "Qualitative Gewerbestandortentwicklung" Standortfaktoren (inter-)nationaler Unternehmen <i>keine weiteren Angaben bekannt, empirischer Hintergrund kaum nachvollziehbar - vermutlich handelt es sich nicht um Ergebnisse einer gesonderten Studie sondern um Aussagen im Schnittbereich zu Hypothesen</i>				Titel "Regionale Werkstatt "Qualitative Gewerbestandortentwicklung" Standortfaktoren (eu-)regionaler Unternehmen <i>keine weiteren Angaben bekannt, empirischer Hintergrund kaum nachvollziehbar - vermutlich handelt es sich nicht um Ergebnisse einer gesonderten Studie sondern um Aussagen im Schnittbereich zu Hypothesen</i>	
Ggf. weitere Anmerkungen / Unterscheidungskriterien	Es handelt sich nicht um eine hierarchisierte Listel Die Aufzählung enthält lediglich allgemein relevante/wichtige Standortanforderungen bzw. "positive Standortfaktoren"				Es handelt sich nicht um eine hierarchisierte Listel Die Aufzählung enthält lediglich allgemein relevante/wichtige Standortanforderungen bzw. "positive Standortfaktoren"	
Standortfaktoren ▼						
	Marknähe (zentrale Lage / Lage im Hauptmarktgebiet)	Nähe zu F&E Einrichtungen & unternehmensorientierten DL	Arbeitskosten	Nähe zu F&E Einrichtungen & unternehmensnahen DL	Kundennähe	Ausreichendes Potenzial qualifizierter & potenzieller Arbeitskräfte
	Gut ausgebautes Infrastrukturnetz	Ausreichendes Potenzial qualifizierter Arbeitskräfte	Grundstückspreise	Ausreichendes Potenzial qualifizierter Arbeitskräfte	Wohnortnähe	Nähe zu Auftraggebern
	Mehrsprachigkeit von Arbeitskräften	Repräsentativer Unternehmensstandort	Adäquates Flächenangebot	Gut ausgebaute Infrastruktur	Flächenangebot entspr. Größe/ Bedarf des Handwerks	Attraktivität des Standorts
	Attraktivität des Standortes mit unternehmensnahen DL in räumlicher Nähe	Gute Erreichbarkeit	Marknähe	Gute Erreichbarkeit	Häufig Kombination Wohnen + Arbeiten	Gute Erreichbarkeit
	Hallen mit angrenzenden Büroflächen	Vorhandene Büroflächen		Repräsentativer Unternehmensstandort		Repräsentative vorhandene Büroflächen
		Viefältige Einrichtungen im Umfeld		Vorhandene Büroflächen		

Jahr der Studie ▶	2001		2001		2002	
Quelle ▶	Paff 2002 S. 62		Spieß 2001 S. 14 TU Ilmenau		Schmidt 2005 S. 314 IRS	
Fokus Unternehmensgröße	gemischt (von 6-20 MA bis zu 450-630 MA)		gemischt (43% bis 20 Beschäftigte, 25% 20-49, 16% 50-99, Rest: über 100)		1 Mitarbeiter (KleinstU)	10-49 Mitarbeiter (KU)
Fokus räuml. Ebene	mikro-meso		mikro-meso		mikro-meso	
Fokus Branchen	Call Center unterschiedlicher Branchen (20% DL/Telemarketing, 17% Bank, 14% Telekom., 10% Versicherungen, 10% Tourismus, 7% Verlag usw.)		Verarbeitendes Gewerbe		Unternehmensorientierte Dienstleistungsunternehmen	
Fokus Region	Hannover & Umland		Stadt Gera und Umfeld		München und Berlin	
Weitere Angaben	Titel "Call Center und ihre Standortanforderungen - Eine empirische Untersuchung des Standortes Hannover" Fragebogen-Interviews mit 25 Call Centern (aus insgesamt 29 in der Region Hannover)		Titel "Zum Image der Stadt Gera" schriftl. Befragung von 292 Unternehmen		Titel "Metropolregionen als Hubs globaler Kommunikation in einer wissensbasierten Wirtschaft?" Unternehmensbefragung im Rahmen des Leipprojektes "Metropolen unter dem Einfluss der Dienstleistungswirtschaft: Organisation, Mobilität, Kommunikation" am IRS standardisierte schriftliche Befragung von 422 Unternehmen aus Berlin, 594 aus München	
Ggf. weitere Anmerkungen / Unterscheidungskriterien	Skala von "sehr wichtig" bis "unbedeutend"				Die aufgeführten Faktoren unterscheiden sich z.T. – dies lässt vermuten, dass nach mehr als 5 Faktoren gefragt wurde und es sich bei untenstehenden Listen jeweils um die obersten 5 handelt. Nach wie vielen oder welchen anderen Faktoren gefragt wurde, ist nicht bekannt.	
Standortfaktoren ▼						
	1. Arbeitskräftepotenzial	1. Fernstraßenanbindung (Autobahn)	1. Telekommunikationsinfrastruktur	1. Telekommunikationsinfrastruktur	1. Telekommunikationsinfrastruktur	1. Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte
	2. Telekommunikationsinfrastruktur	2. Arbeitsweisen der Behörden vor Ort	2. Büromieten	2. Büromieten	2. Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte	2. Telekommunikationsinfrastruktur
	3. Qualifikation der Mitarbeiter	3. Gewährung von Fördermitteln	3. Autobahnanschluss	3. Image des Standortes	3. Büromieten	3. Büromieten
	4. Büromieten	4. Fachkräftepotential	4. Nähe zu Kunden	4. Arbeitsweise von Politik und Verwaltung	4. S-Bahn-/U-Bahn-Anbindungen des Betriebsstandortes	4. S-Bahn-/U-Bahn-Anbindungen des Betriebsstandortes
	5. Büroflächenangebot	5./6./7. Niedrige Gewerbesteuerbeisätze	5./6./7. Niedrige Ver- & Entsorgungskosten	5. Autobahnanschluss	5. Arbeitsweise von Politik und Verwaltung	5. Luftverkehrsanbindung
	6. Personalkosten	5./6./7. Niedrige Ver- & Entsorgungskosten				
	7. Hochdeutsch	5./6./7. Telekommunikationsinfrastruktur				
	8. Soziales & kulturelles Klima	8. Dienstleistungsangebot der Wirtschaftsförderung				
	9. Gute Straßenverkehrsanbindung	9./10. Niedrige Lohn- & Gehaltskosten				
	10. Gute ÖPNV-Anbindung	9./10. Potential hoch qualifizierter Arbeitskräfte				
	11. Öffentliche Investitionsförderung	11. Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Unternehmen				
	12./13. Räumliche Nähe zum Stammhaus	12. Prestigewert des Standorts				
	12./13. Wohnsituation	13./14. Angebot kostengünstiger Gewerbe- & Industrieflächen				
	14. Qualifizierungsmöglichkeiten vor Ort	13./14. Beirbergungs- & Gastronomieangebot				
	15. Image der Stadt	15./16. Kulturangebot				
	16. Fremdsprachenkenntnisse	15./16. Einkaufsmöglichkeiten				
	17. Räumliche Nähe zu anderen Call Centern	17./18. Angebot unternehmensbezogener Dienstleistungen				
		17./18. Nähe zu Universitäten & Forschungseinrichtungen				
		19. Anlenkräftepotential				
		20./21. Wohnraumattraktivität				
		20./21. Sport- & Freizeitangebot				
		22. Schienenanbindung				
		23. Anbindung Luftverkehr				

2003					
Jahr der Studie ▶	Glaser/Menze 2003 S. 7f & S. 24 Anhang TU Hamburg-Harburg				
Quelle ▶	gemischt (ca. 70% bis 49 Beschäftigte, 13% 50-99, Rest: über 100)				
Fokus Unternehmensgröße	mikro-meso				
Fokus räuml. Ebene	Raum Dresden				
Fokus Branchen	gemischt		Industrie	Transport	Dienstleistungen
Fokus Region	Raum Dresden				
Weitere Angaben	Titel "Unternehmensbefragung: Standortanforderungen und Standortqualitäten in der Region Dresden" Befragung von 107 Unternehmen aus den Branchen Industrie, Transport, Dienstleistungen, Bau & Einzelhandel im Rahmen des Projekts intermobil Region Dresden				
Ggf. weitere Anmerkungen / Unterscheidungskriterien	Kategorien von Standortfaktoren - Bedeutung für die Standortentscheidung Gleiche Rangfolge "sehr wichtig" und "sehr wichtig" & "wichtig"	Anteil "sehr wichtig"	Anteil "sehr wichtig" & "wichtig"	Standortanforderungen nach Branchen (nur die obersten 5 sind angegeben)	
Standortfaktoren ▼					
	1. Eignung des Mikrostandortes	1. Qualifikation der Arbeitskräfte	1. Qualifikation der Arbeitskräfte	1. Lohnniveau	1. Wirtschaftsklima, Image der Region
	2. Erreichbarkeit/Zentralität	2. Lohnniveau	2. Lohnniveau	2. Kommunale Abgaben (z.B. Hebesatz)	2. Qualifikation der Arbeitskräfte
	3. Standortbezogene Kosten	3. Kommunale Abgaben (z.B. Hebesatz)	3. Flächen-, Grundstückspreise	3. Energie-, Wasserversorgung	3. Beihilfen, Fördermöglichkeiten (z.B. Übernahme der Erschließungskosten)
	4. Andere	4. Wirtschaftsklima, Image der Region	4. Kommunale Abgaben (z.B. Hebesatz)	4. Lohnniveau	4. Dienstleistungsqualität, Hilfsangebote der Verwaltung
		5. Flächen-, Grundstückspreise	5. Wirtschaftsklima, Image der Region	5. Verfügbarkeit der Arbeitskräfte	5. Flächen-, Grundstückspreise
		6. Beihilfen, Fördermöglichkeiten (z.B. Übernahme der Erschließungskosten)	6. Verfügbarkeit der Arbeitskräfte		
		7. Verfügbarkeit der Arbeitskräfte	7. Infrastruktur, örtliche & überörtliche Verkehrsanbindung		
		8. Infrastruktur, örtliche & überörtliche Verkehrsanbindung	8. Beihilfen, Fördermöglichkeiten (z.B. Übernahme der Erschließungskosten)		
		9. Energie-, Wasserversorgung	9. Energie-, Wasserversorgung		
		10. Abwasser, Abfallentsorgung	10. Abwasser, Abfallentsorgung		
		11. Dienstleistungsqualität, Hilfsangebote der Verwaltung	11. Dienstleistungsqualität, Hilfsangebote der Verwaltung		
		12. Wohn- & Lebensqualität, Wohnungsmarkt	12. Gewerbeflächenangebot in der Stadt/Region		
		13. ÖPNV	13. Unternehmensumfeld, Nähe zertifizierter Zulieferer, Kooperationspartner		
		14. Unternehmensumfeld, Nähe zertifizierter Zulieferer, Kooperationspartner	14. Wohn- & Lebensqualität, Wohnungsmarkt		
		15. Forschungseinrichtungen	15. Schul- & Ausbildungssituation		
		16. Schul- & Ausbildungssituation	16. ÖPNV		
		17. Gewerbeflächenangebot in der Stadt/Region	17. Nähe zum Angebot an privaten Dienstleistungen		
		18. Freizeitqualität, Kulturangebot	18. Freizeitqualität, Kulturangebot		
		19. Nähe zu örtlichen / regionalen Versorgungszentren	19. Nähe zu örtlichen / regionalen Versorgungszentren		
		20. Nähe zum Angebot an privaten Dienstleistungen	20. Forschungseinrichtungen		

Jahr der Studie ▶	2004	2005	2006	2006 >> siehe Fortsetzung auf folgender Seite
Quelle ▶	Mundellus/Hertzsch 2005 S. 232 DIW	Stadt Kassel/Planquadrat 2005 S. 69	Janetscheck 2006 S. 5 Ernst & Young Real Estate	Baden/Schmid 2007 S. 4ff IAB
Fokus Unternehmensgröße	gemischt	55% bis zu 10 Beschäftigte, gut 30% 10-100 Besch., Rest: bis über 500 Besch.	gemischt	gemischt
Fokus räuml. Ebene	mikro-meso (Stadtteil-Gesamstadt)	mikro-meso	meso (Gesamtsstädte)	mikro-meso
Fokus Branchen	Musikwirtschaft	gemischt	gemischt	gemischt
Fokus Region	Berlin	Kassel	Großstädte Deutschlandweit	Hessen
Weitere Angaben	Titel "Berlin – da steckt Musike drin" Untersuchung zum Standortverhalten und Organisationsstrukturen/-netzwerken der Unternehmen schriftl. Befragung von ca. 50 Unternehmen	Titel "Gewerbeflächenbedarf und verfügbare Gewerbeflächen in Kassel" Befragung von 200 Betrieben	Titel "Deutsche Großstädte: Zufriedenheit der Unternehmen mit ihrem Standort" Befragung (telefonisch & online) von jeweils 100 Unternehmen in den 20 einwohnerstärksten Städten	Standortfaktoren in Hessen - Ergebnisse aus dem IAB-Betriebspanel - Hessen 2006 Mündliche Befragung von 1030 Betrieben zu 12 Standortfaktoren, repräsentativ für Hessen
Ggf. weitere Anmerkungen / Unterscheidungskriterien	Aufgelistete Faktoren: Nach Bedeutung für das Unternehmen	Rückschluss auf die Bedeutung der Standortfaktoren basierend auf Häufigkeit der Nennung "ohne Belang" bei der Frage nach der Einschätzung des derzeitigen Standorts	Ranking der Standortfaktoren nach Wichtigkeit	Bedeutung einzelner Standortfaktoren nach Anzahl Nennungen "äußerst wichtig / sehr wichtig" Bedeutung einzelner Standortfaktoren nach Anzahl Nennungen "äußerst wichtig / sehr wichtig" Bedeutung d. Standortfaktoren für den eigenen Betriebsstandort
Standortfaktoren ▼				
	1. Lage des Standorts 2. Inspirierendes Klima und Kultur 3. Personalkosten 4. Angebot an qualifiziertem Personal im kreativen Bereich 5. Telekommunikation 6. Verkehrsinfrastruktur 7. Kosten Gewerbeflächen/ Büromieten 8. Angebot an qualifiziertem Personal im technischen Bereich 9. Angebot an qualifiziertem Personal im Management-Bereich 10. Steuern und Abgaben 11. Lebens- und Freizeitqualität 12. Angebot an Personal im administrativen Bereich 13. Privatfinanzierungsmöglichkeiten 14. Öffentl. Förderangebote 15. Aus- und Weiterbildung 16. Unterstützung durch Behörden und Politik 17. Nähe zu EU-Beitrittsländern 18. Branchenbezogenes Messe- und Ausstellungsangebot 19. Unterstützung durch Kammern und andere Wirtschaftsverbände 20. Nähe zu Universitäten und Forschungseinrichtungen	1. Verkehrsanbindung 2. Kundennähe 3. Qualität der Arbeitskräfte 4. Arbeitskräfte 5. Infrastruktur 6. Zuskchnitt 7. Image der Stadt 8. Standort-Image 9. Erschließung 10. Flächenangebot 11. Immissionen 12. Service 13. Testlabor 14. Bibliothek 15. Patentauslegestelle	1. Kundennähe 2. Qualität des Fachkräfteangebots 3. Preisniveau für Energie und Wasser 4. Büro-, Ladenmieten, Preisniveau Gewerbeflächen 5. Regionales Lohnniveau 6. Kommunale Steuern 7. Überregionale Verkehrsanbindung 8. Nähe zu Lieferanten 9. Regionales Lohnniveau 10. Attraktivität für Arbeitskräfte 11. Verfügbarkeit von Gewerbeflächen 12. Nähe zu Forschungseinrichtungen bzw. Hochschulen	1. Kundennähe 2. Qualität des Fachkräfteangebot 3. Preisniveau Energie/Wasser 4. Kommunale Steuern 5. Zusammenarbeit mit Behörden 6. Regionales Lohnniveau 7. Büro-, Ladenmieten, Preisniveau Gewerbeflächen 8. Nähe zu Lieferanten 9. Attraktivität für Arbeitskräfte 10. Überregionale Verkehrsanbindung 11. Verfügbarkeit von Gewerbeflächen 12. Nähe zu Forschungseinrichtungen bzw. Hochschulen

Jahr der Studie ▶	2008			
Quelle ▶	Herkommer/Henckel 2009 S. 55ff TU Berlin			
Fokus Unternehmensgröße	größtenteils Kleinst- (1-10 MA, 78,3%) & Kleinunternehmen (11-50 MA, 17,5%)			
Fokus räuml. Ebene	mikro(-meso) (Immobilie, Umfeld)			
Fokus Branchen	Kreativwirtschaft			
Fokus Region	Berlin			
Weitere Angaben	Titel "Creative Class in Berlin - Studie über Branchenstrukturen und Standortverhalten der Berliner Kreativwirtschaft" Untersuchung (Online-Fragebogen) u.a. zur räumlichen Verteilung und der Bedeutung verschiedener Standortfaktoren für Unternehmen der Berliner Kreativwirtschaft (Definition in Anlehnung an Florida). Befragung von 1,922 Unternehmen zu 7 bzw. 9 Standortfaktoren			
Ggf. weitere Anmerkungen / Unterscheidungskriterien	Immobilienbezogene Standortfaktoren, sortiert nach Anzahl Nennungen als "wichtig"	Immobilienbezogene Standortfaktoren, sortiert nach Anzahl Nennungen als "wichtig" & "teilweise wichtig"	Umfeldbezogene Standortfaktoren, sortiert nach meisten Nennungen als "wichtig"	Umfeldbezogene Standortfaktoren, sortiert nach Anzahl Nennungen als "wichtig" & "teilweise wichtig"
Standortfaktoren ▼				
	1. Preis der Immobilie/Miethöhe	1. Preis der Immobilie/Miethöhe	1. Gute ÖPNV-Erreichbarkeit	1. Gute ÖPNV-Erreichbarkeit
	2. Flexibilität der Mietverträge	2. Flexibilität der Mietverträge	2. Gute PKW-Erreichbarkeit	2. Gute PKW-Erreichbarkeit
	3. Ausstattung (Telekommunikationstechnik)	3. Spielräume zur eigenen Gestaltung	3. Nähe zum Wohnort der Geschäftsführung	3. Nähe zum Wohnort der Geschäftsführung
	4. Spielräume zur eigenen Gestaltung	4. Ansprechende Architektur	4. Öffnungszeiten der Einzelhandels- & Freizeitangebote	4. Nähe zu Kooperationspartnern
	5. Ansprechende Architektur	5. Ausstattung (Telekommunikationstechnik)	5. Nähe zu Kunden & Auftraggebern	5. Nähe zu Kunden & Auftraggebern
	6. Eigene Empfangs- & Kommunikationsräume	6. Eigene Empfangs- & Kommunikationsräume	6. Nähe zu Kooperationspartnern	6. Öffnungszeiten der Einzelhandels- & Freizeitangebote
	7. Mit anderen Büros geteilte Kommunikationsräume	7. Mit anderen Büros geteilte Kommunikationsräume	7. Freizeitwert	7. Freizeitwert
			8. Soziale Infrastruktur	8. Soziale Infrastruktur
			9. Standortbezogene Fördermaßnahmen	9. Standortbezogene Fördermaßnahmen

Anhang 2: Standorttypen-Studien

Nr.	Untersuchung od. Themen?	1 THESEN	2a THESEN	2b UNTERSUCHUNG 1999								
Standortstichwörter ►		Dienstleister										
Bezeichnung		Typ A: Routineorientiert, standardisiert	Typ B: Neue Formen d. Kultur- & Wissensproduktion	DL Typ 1	DL Typ 2a	DL Typ 2b	DL Typ 3	DL Typ 1a	DL Typ 1b	DL Typ 2	DL Typ 3	Logikintensive Branchen
Typ/Art, Eigenschaften		"Normalbetriebe" ganz, durch Routineorientierte & standardisierte Produktions- & Dienstleistungsfunktionen, kaum auf Einbindung in funktionsgemäße Räume angewiesen, auf Modernisierungsstrategien: Arbeitsorganisation entspricht weitgehend dem "Normalarbeitsverhältnis" (männl. Haupterhalter, Vollzeitarbeit, hohe berufl. Kontinuität)	"Zweigepark" Organisationsformen, komplexe, projektbezogene Kooperationsmöglichkeiten und Nachfragemuster sowie dichtes Netzwerk von Dienstleistern, ständige Wachstumsrate für neue Entwicklungen; vielfältige "bunte" Arbeitsbeziehungen im Spannungsfeld von prekären & autonomen Arbeitsbedingungen; "Normalarbeitsverhältnis" intensiv, großer Zeitdruck, dynamisch, schnell verändernd; Wirtschaftsbereich	Strategische DL, Weltmarktorientiert, geringe Routineanteile, auf Kooperation angewiesen	Technische, organisatorische, schulende, kleinen Einheiten organisiert und routinisiert	Kontakte nach innen und außen, stark überregional orientiert, repräsentativ/ansprechende Umgebung wichtig	hier konkret v.a. Kredit- & Versicherungsgewerbe, Rechtsberatung, Markt- & Meinungsforschung	hier konkret v.a. Unternehmens- & PR-Beratung	Kontakte nach innen und außen, stark überregional orientiert, repräsentativ/ansprechende Umgebung wichtig	hier konkret v.a. Forschung & Entwicklung aus dem Bereich unternehmensnahe DL	Technische, organisatorische, schulende, ausstättende DL, regional orientiert, in kleinen Einheiten organisiert und routinisiert	Großhandel & Verkehr
weitere Differenzierung / Aspekte												
Beispiele												
Bevorzugte Standorttypen ►												
Untersuchungen nach Zentralität												
Innerstädtisch												
Von sehr zentral...												
...												
...bis weniger zentral												
Stadttrand / Peripher												
Weitere Differenzierungen												
Untersuchungen nach Gebietstypen												
"Altkerngebiet"												
"Normales Gewerbegebiet"												
"Technologiepark" bzw. "Biopark"												
Wohn- und Mischgebiete												
Autobahnnahe Standorte												
Quellen und weitere Angaben												

* In Anlehnung an Börsy 2001, da in dieser Publikation entsprechende Kategorien häufig zur Verwendung kommen

Nr.	Untersuchung od. Themen?	3. UNTERSUCHUNG 2002	4. UNTERSUCHUNG 1998			
Standortsuchende ▶		Nachfragetypen, Branchen (Tätigkeiten)				
Bezeichnung		Service/Industrial Economy (Typ 1)	Informational Industry (Typ 2)	Global Services (Typ 3)	Mischtyp neuer Informationsdienstleister (Typ 0)	Klass. Informationsdienstleister (Typ 4)
Typ/Art, Eigenschaften		Schrittbereich sekundärer/tertiärer Wirtschaftssektor, Zusammenarbeit v.a. mit verarbeitendem Gewerbe - dort Beitrag zur Innovation der Produkte; Hoher Kommunikationsgrad mit Kunden/ Zulieferern/ Partnern	"Quartärer Sektor" - Informationsproduktion erfolgt nach Prinzipien der Informationsökonomie, Produktion, Produkt ist immateriell, kein spez. Kundenprofil, hoher Standardisierungsgrad des Informationsprodukts, das durch luk. Kundennutzen, Kundennutzen, Face-to-Face-Kundenkontakt vertieft an Bedeutung	hoch spezialisiert, Herstellung der Infrastruktur globaler Transaktionen, Schaffung von Kontrollkapazitäten, Unternehmenszentralen, Holdings, Finanzwirtschaft, von der industriellen Produktion abgekoppelt	Unternehmensbezogene Dienstleister, die in mehreren Typen (1-3) aufweisen	geringer Standardisierungsgrad der Dienstleistung, auf kein bestimmtes Kundenspektrum fixiert, Produkte und Dienstleistungen sind stark differenzierbar, hohe Bedeutung von Face-to-Face-Kontakten
weitere Differenzierung / Aspekte						
Beispiele		Ausgeprägte F&E-Abteilungen der Industrie, Spin-Offs aus der Wissenschaft, Neugründungen				
▶ Bevorzugte Standorttypen						
Untersuchungen nach Zentralität						
Innerstädtisch						
Von sehr zentral...		Innenstadt: Berlin - 33% München - 22%	Innenstadt: Berlin - 56% München - 34%	Innenstadt: Berlin - 49% München - 25%	Innenstadt: Berlin - 65% München - 24%	Innenstadt: Berlin - 71% München - 23%
...						
...bis weniger zentral						
Stadttrand / Peripher		Sonstiges Stadtgebiet: Berlin - 22% München - 22%	Sonstiges Stadtgebiet: Berlin - 20% München - 20%	Sonstiges Stadtgebiet: Berlin - 22% München - 22%	Sonstiges Stadtgebiet: Berlin - 32% München - 32%	Sonstiges Stadtgebiet: Berlin - 19% München - 19%
Weitere Differenzierungen		Umland: Berlin - 33% München - 53%	Umland: Berlin - 46% München - 46%	Umland: Berlin - 17% München - 51%	Umland: Berlin - 19% München - 43%	Umland: Berlin - 36% München - 58%
Untersuchungen nach Gebietstypen						
"Allindustrial"						
"Normales Gewerbegebiet"						
"Technopark" bzw. "Biospark"						
Wohn- und Mischgebiete						
Ausbahnnahe Standorte						
Quellen und weitere Angaben		Urban/Mörike (2005): Berlin und München als veränderte Informationsleistungsstandorte? In: Kujath (Hrsg.), Knoten im Netz, S. 257-269, 268-270. >> Erwartet wurde, dass sich aufgrund der unterschiedlichen Kundenspektren und Interaktionsformen der Unternehmensformen spezifische Standortmuster abzeichnen würden, die sich in den innerregionalen räumlichen Standortverteilungen widerspiegeln - wider Erwarten zeichnete sich aber "eher ein regionspezifisches als ein typenabhängiges Standortmuster ab", denn die "Standortmuster weisen deutliche regionale Besonderheiten auf" - in Berlin: Konzentrationsgelenke von Innenstadt zum Umland; in München: viele Unternehmen im Umland; "Die räumliche Verteilung der Unternehmen ist nicht über ein typenspezifisches Standortverhalten zu erklären, vielmehr scheinen weitere vor allem regionspezifische Faktoren und das jeweilige regionale Entwicklungsaniveau der Dienstleistungswirtschaft von Bedeutung zu sein."				

* In Anlehnung an Börsy 2001, da in dieser Publikation entsprechende Kategorien häufig zur Verwendung kommen

Nr.	5	6						
Untersuchung od. Themen?	UNKLAR - EIER THESEN	ZUSAMMENFASSUNG AUS VERSCHIEDENEN UNTERSUCHUNGEN 1989-2001						
Standortsuchende ▶	Unternehmen nach Branche und Typ	Unternehmen nach Branchen und anderen Kriterien						
Bezeichnung	Produktion & Vertrieb	Unternehmensbezogene DL	Produktionsbetriebe	Handwerksbetriebe	Kleinere Gewerbebetriebe	Unternehmen mit viel F&E	Logistikintensive Branchen	Dienstleistungen
Typ/Art, Eigenschaften	Produktions- und Vertriebsorientiertes Unternehmen mit unterschiedlichen Zulieferbeziehungen	Unternehmensbezogene Dienstleistungsbetriebe (Dienstleistungsunternehmen) auch teurere Standorte (Innenstadt) möglich	Produktionsbetriebe Flächenexpansiv, daher spielt qm-Preis eine größere Rolle und die Betriebe weichen nach außen hin aus	Handwerksbetriebe, v.a. solche mit hoher Bodenpreissensibilität	Unternehmen mit hohem F&E-Niveau, z.B. in der IT-Industrie, in der Produktion und qualifizierten Arbeitskräften			Technische, organisatorische und schulende Dienstleistungen
weitere Differenzierung / Aspekte								
Beispiele								
▼	Bevorzugte Standorttypen							
Untersuchungen nach Zentralität								
Innenstädtisch								
Von sehr zentral...		Zentrale Lagen in Innenstädten oder Zentren vorgelagerter Siedlungsschwerpunkte						
...								
...bis weniger zentral								
Stadtrand / Peripher	Standorte direkt an Autobahnen, außerhalb von Siedlungsbereichen, an denen uneingeschränkte Gewerbetätigkeit möglich ist		Siedlungsrand, aufgrund geringerer Flächenkosten	Häufig in Randlagen außerhalb der Innenstädte oder im Speckgürtel aufgrund geringerer Kosten, optimaler überregionaler Verkehrsmaschenaus ist nicht ausschlaggebend				Gut erreichbare Standorte im suburbanen Raum
Weitere Differenzierungen								
Untersuchungen nach Gebietstypen								
"Alindustrieell"								
"Normales Gewerbegebiet"								
"Technologiepark" bzw. "Biopark"								
Wohn- und Mischgebiete					Kleinen Gewerbebetriebe sind an urbanem, gemischt genutzten Standorten und dort zunehmend integrierbar Typische Gewerbegrundstücke i.d.R. <5000 qm + wachsender Büroanteil, Nachfrage nach > 10.000 qm nur selten	Suchen zunehmend gemischt genutzte Standorten & tragen damit dem Wunsch der Beschäftigten nach einem multifunktionalen Umfeld Rechnung, z.T. nahe Forschungseinrichtungen		
Autobahnnahe Standorte							Bevorzugung autobahnnaher Gewerbebestände	
Quellen und weitere Angaben	Furkert 2008: Location, Lage und Standort... In: cma/irekt, 3/2008, S. 23f >> Generelle Zusammenfassung im Rahmen eines Artikels über Gewerbeflächenentwicklung, Wissenschaftliche Untersuchungen werden keine genannt.	Mieke 2002: Aktuelle Entwicklungen beim Gewerbeflächenbedarf, S. 39 >> Zusammenfassung aus verschiedenen Quellen (u.a. Bonny 1999/2001, Jansen 2001, Karsten/Usbeck 2001)						

* In Anlehnung an Bomy 2001, da in dieser Publikation entsprechende Kategorien häufig zur Verwendung kommen

Nr.	9									10
Untersuchung od. Themen?	UNTERSUCHUNG 1994-2000									UNTERSUCHUNG Jahr unklar, evtl. 1993
Standortschildernde ▶	Unternehmen nach Nutzungsansprüchen									*Arbeiten im Park*-Nutzer
Bezeichnung	Technologiegeprägt	Fertigungsgeprägt.I	Fertigungsgeprägt.II	Handelsgeprägt	Fertigungsgeprägt.I	Logistik- & Verkehrsnahe	Bürogeprägt	Handwerk	Unternehmen, die sich in *Arbeiten im Park*-Gewerbegebieten angesiedelt haben	
Typ/Art, Eigenschaften	k.a.		Betriebe, die neben den Fertigungsflächen einen erheblichen Anteil Büro- oder Lagerflächen aufweisen	k.a.	k.a.	k.a.	k.a.	Typischer Handwerksbetrieb: 25% Werkstatt, 15% Bürofläche, 60% Wohnen	A) Tertiärnutzungen bzw. Brinddienstleistungen (wie F&E-Betriebe, DQ in den Bereichen Informationstechnologie, EDV, Telekommunikation, Telemarkt etc.) sowie- B) Unternehmen mit Vertriebs- und Handelsstätigkeiten und auch aber deutlich seltener- C) Handwerksbetriebe und z.T. kleinere Produktionsunternehmen	
weitere Differenzierung / Aspekte										
Beispiele										
▶	Beforzugte Standorttypen									
Untersuchungen nach Zentralität										
Innenstädtisch										
Von sehr zentral...										
...										
...bis weniger zentral										
Stadtrand / Peripher										
Weitere Differenzierungen										
Untersuchungen nach Gebietstypen										
*Altküstenteil**					häufige Wahl	häufige Wahl	häufige Wahl			
*Normales Gewerbegebiet**	häufige Wahl		häufige Wahl		häufige Wahl	häufige Wahl				Haben sich in *Arbeiten im Park*-Gewerbegebieten angesiedelt (während der IBA-Einscher Park entwickeltes und gefordertes Gewerbegebietskonzept mit höheren Gestaltungsstandards)
Technologiepark bzw. "Büropark"	häufige Wahl		häufige Wahl							
Wohn- und Mischgebiete										
Ausbahnnahe Standorte										
Quellen und weitere Angaben	<p>Borny (2001): Zur aktuellen Gewerbesflächenpolitik - Anforderungen an künftige Gewerbeflächen, S. 28ff</p> <p>Zu Ergebnisse einer Analyse der räumlichen Struktur auf Gewerbegebietsindikatoren - 1600 Interviews in verschiedenen Städten Westdeutschlands* - in Verbindung mit "Standortansprüchen der Unternehmen" (S. 226)</p> <p>Zu dem Kategorien "Handelsgeprägt", "Bürogeprägt" und "Handwerk" werden keine genauen Erhebungsdaten vorgenommen.</p>									<p>Mielke 2002: Aktuelle Entwicklungen beim Gewerbeflächenbedarf, S. 41</p> <p>>> Ergebnisse einer Analyse der Branchenstruktur in Gewerbegebieten, die nach dem "Arbeiten im Park"-Konzept gestaltet sind. Obwohl in den Parks eine breite Palette an Nutzungsförmungen möglich sein soll (inkl. produzierende, traditionelle, industrielle, handwerkliche Tätigkeiten) ist das Nutzerprofil recht eingeschränkt: "Es ist... doch... vorwiegend Dienstleistungen, die in einem Büro-Kontext abgefragt werden...". Hier ist das Bild des Gewerbegebiets als "Arbeitsplatz" eher als "Lebensort" zu verstehen. Hohe industrielle und gewerbliche Anteile... In einigen Projekten ist es allerdings gelungen, neben den Tertiärnutzungen vor allem Handwerksbetriebe und zum Teil auch kleinere Produktionsunternehmen einzubringen". (S. 41f)</p>

*In Anlehnung an Borny 2001, da in dieser Publikation entsprechende Kategorien häufig zur Verwendung kommen

Anhang 3: Standortfaktoren und räumliche Ebenen

Einteilung Standortfaktoren nach räumlichen & räumlich-administrativen Ebenen

>> Nach welchen Kriterien könnte zwischen Standorten auf den einzelnen Ebenen gewählt werden?
>> Grau markierte Standortfaktoren in untersuchten Studien nicht erfasst
>> (r) = räumliche Ebene // (r-a) = räumlich-administrative Ebene

	Mikro-Ebene 1: Einzelne(r) Standort / Immobilie	Mikro-Ebene 1a: Gewerbegebiet bzw. unmittelbares Umfeld	Mikro-Ebene 2: Engerer Stadt- / Ortsteil	Meso-Ebene 1: Kommune	Meso-Ebene 2: Verflechtungsraum bzw. engere Region	Makro-Ebene 1: Bundesland bzw. weitere Region	Makro-Ebene 2: National	Makro-Ebene 3: International
	Welche Immobilie? (r)	Welches Gew.gebiet? (r)	Welcher Ortsteil? (r)	Welche Kommune? (r-a)	Welche Region? (r)	Welches Bundesland? (r-a)	Welches Land? (r-a)	Welche Großregion? (r)
Standortkosten								
Kosten der Immobilie (Miete / Kauf)	•	•	•	•	•	•	•	•
Kosten von Energie & Wasser				•	•	•	•	•
Transportkosten			•	•	•	•	•	•
Steuern und Abgaben				•		•	•	
Investitionsausgaben (für den Standort)	•	•	•					
Möglichk. zur Teilung von Overhead-Kosten	•	•						
Fördermöglichkeiten								
Öffentliche Finanzhilfen / Subventionen & Fördermittel (Förderkulisse)				•	•	•	•	
Private Finanzierungsmöglichkeiten				•	•	•	•	
Gesetzgebung, Politik & Verwaltung								
Wirtschaftsklima - Effizienz & Unternehmensfreundlichkeit von Politik, Verwaltung & Serviceeinrichtungen				•	•	•	•	
Gesetzgebung				•		•	•	
Umweltschutzauflagen				•		•	•	
Korruption				•	•	•	•	
Stabilität (der Rahmenbedingungen, unternehmerischen) Sicherheit etc.)				•		•	•	
Sozioökonomische Rahmenbedingungen								
Lebenshaltungskosten			•	•	•	•	•	
Kaufkraft			•	•	•	•	•	
Diversität			•	•	•	•		
Soziale / Politische Spannungen			•	•	•	•	•	•
Gesellschaftliche Normen und Werte			•	•	•	•	•	•
Arbeitsmarkt								
Arbeitskräfte: Verfügbarkeit					•	•	•	•
Arbeitskräfte: Qualifikation					•	•	•	•
Lohnkostenniveau					•	•	•	•
Karrieremöglichkeiten					•	•	•	•
Arbeitsklima (Arbeitsmentalität, Streikbereitschaft etc.)						•	•	•
Immobilienverfügbarkeit & -qualität								
Gewerbeimmobilienangebot / -verfügbarkeit	•	•	•	•	•	•		
Sichtbarkeit des Immobilienangebots	•	•	•	•		•		
Vorhandensein passender Gebäude / Büroflächen	•	•	•	•	•			
Wiederverkaufswert der Immobilie	•	•	•	•	•			
Planungsrechtliche Situation	•	•	•					
Grundstückszuschnitt	•	•	•					
Erweiterungsmöglichkeiten, Flächenreserven	•	•	•					
Altlasten	•	•	•					
Fristigkeit / Flexibilität der Miet- / Pachtverhältnisse	•	•						
Funktionale Flexibilität der Immobilie	•							
Eigene/getrennte Empfangs- & Kommunikationsräume	•							
Räumliche, funktionale & marktliche Lagekriterien								
Zentralität		•	•	•	•	•	•	•
Lage zu Kunden, Absatzmärkten		•	•	•	•	•	•	•
Lage zu Beschaffungsmärkten, Zulieferern		•	•	•	•	•	•	•
Nähe zu Konkurrenten		•	•	•	•	•	•	•
Nähe zum alten Standort		•	•	•	•			
Nähe zum Wohnort		•	•	•	•			
Nähe zu kulturellen Einrichtungen		•	•	•	•			
Nähe zu Erholungsräumen/-einrichtungen		•	•	•	•			
Nähe zu personenbezogenen DL		•	•					
Nähe zu Versorgungseinrichtungen (Einkauf, Restaurants, Cafés etc.)		•	•					
Nähe zu Bildungseinrichtungen (Kita, Schule, Aus- & Weiterbildung etc.)		•	•					
Technische Infrastruktur 1: Verkehrsanbindung								
Anbindung örtlicher Verkehr / Örtliches Verkehrsnetz		•	•	•				
Anbindung regionaler Verkehr / Regionales Verkehrsnetz		•	•	•	•	•		
Anbindung überregionaler Verkehr / Überregionales Verkehrsnetz		•	•	•	•	•	•	•
Nähe zu Autobahn, Flughafen, Regional- & Fernbahn bzw. ICE		•	•	•	•	•		
ÖPNV-Erreichbarkeit	•	•	•	•	•	•		
IV-Erreichbarkeit	•	•	•	•	•	•		
Verkehrsflächen (Be- & Entladen, Parken)	•	•	•					
Technische Infrastruktur 2: Ver- & Entsorgung, Kommunikation								
Ausbauqualität des Infrastrukturnetzes		•	•	•	•	•	•	•
Technische Erschließung (Wasser, Strom, Telekommunikationsinfrastruktur etc.)	•	•	•	•				
Soziale Infrastruktur								
Vorhandensein & Qualität der Sozialen Infrastruktur allg.		•	•	•	•	•	•	
Vorhandensein & Qualität der Schulen & Ausbildungseinrichtungen (Kinder, evtl. Personal)		•	•	•	•	•	•	
Vorhandensein & Qualität der Aus- & Weiterbildungseinrichtungen (Personal, Arbeitskräfte)		•	•	•	•	•	•	
Vorhandensein & Qualität kultureller Einrichtungen		•	•	•	•	•	•	
Networking & Konfliktvermeidung								
Wirtschaftliches Profil		•	•	•	•	•	•	•
Nähe/Kontakte zu Hochschulen & Forschungseinrichtungen		•	•	•	•			
Nähe/Kontakte zu ergänzenden Betrieben / unternehmensorientierten DL	•	•	•	•	•			
Nähe/Kontakte zu Unternehmen der gleichen Branche / zu Kooperationspartnern	•	•	•	•	•			
Vielfalt der Einrichtungen im Umfeld	•	•	•	•				
Funktionale Mischung	•	•	•	•				
Unmittelbare Nachbarn / Nachbarschaft	•	•	•					
Lebens- & Arbeitsqualität								
Lebensqualität	•	•	•	•	•	•	•	•
Umweltqualität (Luft, Wasser, Klima)		•	•	•	•	•	•	•
Sicherheit (persönliche & Unternehmen)	•	•	•	•	•	•	•	
Freizeitmöglichkeiten		•	•	•	•	•		
Wohnen & Wohnumfeld (Wohnwert)	•	•	•	•	•			
Landschaftliche Umgebungsqualität (Landschaftswert)		•	•	•	•			
Überschaubarkeit	•	•	•	•	•			
Inspirierendes Klima & Kultur	•	•	•	•	•			
Zeitliche Rhythmen (z.B. Nacht-ÖPNV, Verfügbarkeit von DL abends/nachts, Zugänglichkeit nachts)	•	•	•	•	•			
Einbettung in ein spezifisches Milieu	•	•	•	•	•			
Arbeitsatmosphäre	•	•	•	•				
"Look & Feel" des Ortes	•	•	•	•				
Direkte Immissionen (Lärm, Abgase etc.)	•	•	•					
Image, Erscheinungsbild								
Image	•	•	•	•	•	•	•	•
Identifikation mit dem Standort	•	•	•	•	•	•	•	•
Repräsentativität	•	•	•	•	•			
Erscheinungsbild, Attraktivität	•	•	•	•	•			
Wiedererkennungswert (Einzigartigkeit)	•	•	•	•				
Sichtbarkeit der Immobilie (Außenwirkung)	•	•	•					
Architektur der Immobilie	•							



Nr. 75

Michael König

Regionalstadt Frankfurt

Ein Konzept nach 100 Jahren Stadt-Umland-Diskurs in Berlin, Hannover und Frankfurt am Main

Die Suburbanisierung führt in Großstadtreionen zu erheblichen Stadt-Umland-Problemen, die erforderliche regionale Koordination scheitert aber meist an politischen Widerständen. Diese Arbeit untersucht die Probleme, Konflikte und Lösungen, mit dem Ergebnis, dass Großstadtreionen in einer Gebietskörperschaft existiert werden müssen. Drei solcher Vereinigungsprojekte (Berlin 1920, Frankfurt 1971, Hannover 2001) werden vorgestellt und der politische Wille der Landesregierung als entscheidender Faktor identifiziert. Aus den Fallbeispielen wird ein Entwurf für eine vereinte Stadtregion Frankfurt abgeleitet. Denn nur durch innere Befriedung und staatliche Unterstützung kann die Region ihre Energien auf den internationalen Metropolenwettbewerb konzentrieren.

2009, 224 S., ISBN 978-3-7983-2114-4

12,90 €



Nr. 74

Mathias Güthling

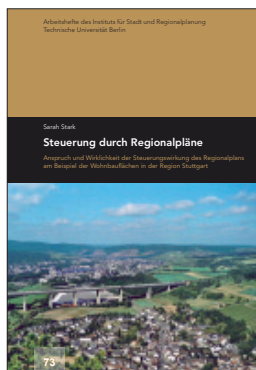
Innerstädtische Brachflächen

Untersuchungen zur Umgestaltung von innerstädtischen Bahnflächen am Beispiel des Reichsbahnausbesserungswerkes Potsdam

Obwohl flächenhafte Bahnliegenschaften weit verbreitet als Potenziale der Stadtentwicklung gelten, haben zahlreiche Kommunen Schwierigkeiten bei der Umstrukturierung ehemaliger Ausbesserungswerke. Diese sind aufgrund ihrer früheren Nutzung und der zugehörigen Bebauungsstruktur gegenüber anderen entbehrlichen Bahnflächen von besonderer Charakteristik. Die vorliegende Arbeit untersucht, ob die brachgefallenen Flächen der Ausbesserungswerke für die betroffenen Städte doch eher Risiken und Belastungen als Chancen und Potenziale darstellen. Sind sie lediglich eine von vielen Flächenreserven oder kann dieser Typus von Bahnbrache einschließlich der prägenden Bebauung als wichtiger Baustein für die Stadtentwicklung fungieren?

2009, 221 S., ISBN 978-3-7983-2107-6

19,90 €



Nr. 73

Sarah Stark

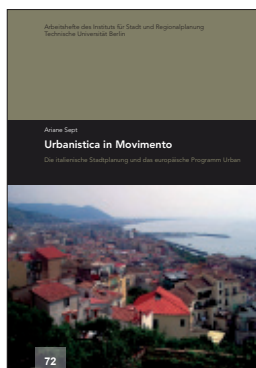
Steuerung durch Regionalpläne

Anspruch und Wirklichkeit der Steuerungswirkung des Regionalplans am Beispiel der Wohnbauflächen in der Region Stuttgart

Das Ziel der Bundesregierung bis 2020 täglich nicht mehr als 30 Hektar Freifläche für Wohn- und Verkehrszwecke in Anspruch zu nehmen, soll durch die Landes- und Regionalplanung umgesetzt werden. Diese Arbeit geht der Frage nach, ob die Regionalplanung mit ihren Instrumenten dies leisten kann. Konkret werden die Instrumente zur Wohnflächensteuerung des Regionalplans 1998 der Region Stuttgart analysiert. Statistische Daten zur Wohnbauflächen- und Bevölkerungsentwicklung werden ausgewertet und durch ergänzende qualitative Interviews mit regionalen Experten interpretiert und bewertet. Im Ergebnis empfiehlt sich die Entwicklung flächensteuernder Instrumente mit absoluten Grenzwerten, soll das Ziel der Bundesregierung erreichen werden.

2009, 190 S., ISBN 978-3-7983-2106-9

12,90 €



Nr. 72

Ariane Sept

Urbanistica in Movimento

Die italienische Stadtplanung und das europäische Programm Urban

Anhand der europäischen Gemeinschaftsinitiative Urban untersucht die vorliegende Arbeit einerseits die zunehmende Bedeutung europäischer Integration für die Stadtplanung und andererseits den Wandel italienischer Stadtplanung seit Beginn der 1990er Jahre. Dabei geht es weniger darum, Problemlagen in italienischen Städten auszumachen und entsprechende Handlungsansätze vorzuschlagen, als vielmehr Prozesse der Stadtpolitik, Stadtplanung und Stadtentwicklung aus dem Blickwinkel einer externen Beobachterin abzubilden.

2008, 153 S., ISBN 978-3-7983-2087-1

15,90 €

Sonderpublikationen



Sylvia Butenschön (Hrsg.)

Garten – Kultur – Geschichte

Gartenhistorisches Forschungskolloquium 2010

Der Tagungsband des Gartenhistorischen Forschungskolloquiums 2010 gibt einen aktuellen Einblick in das von WissenschaftlerInnen verschiedener Disziplinen aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtete Forschungsfeld der Gartengeschichte. So behandeln die 20 Textbeiträge Aspekte der Gartenkultur aus einem Zeitraum von über 400 Jahren und einem Betrachtungsgebiet von ganz Europa - von den Wasserkünsten in Renaissancegärten über das Stadtgrün des 19. Jahrhunderts bis zu Hausgärten des frühen 20. Jahrhunderts und Fragen des denkmalpflegerischen Umgangs mit Freiflächen der 2. Hälfte des 20. Jahrhunderts.

2011, 134 S., ISBN 978-3-7983-2340-7

14,90 €



Ursula Flecken, Laura Calbet i Elias (Hg.)

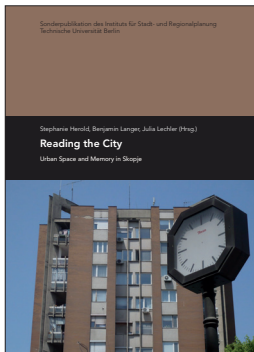
Der öffentliche Raum

Sichten, Reflexionen, Beispiele

Der öffentliche Raum ist zugleich konstituierendes Element und Gedächtnis der Stadt. Er ist in höchstem Maße komplex und unterliegt ständigen Veränderungen. In der Entwicklung der Städte muss er deshalb immer wieder neu verhandelt werden. Raumwissenschaften und Stadtplanung haben als integrale Disziplinen den Anspruch, unterschiedlichste Perspektiven zum öffentlichen Raum zusammen zu führen. Dieser Sammelband bietet ein vielschichtiges Bild der Funktionen, Aufgaben und Bedeutungen des öffentlichen Raumes. Er versteht sich als Beitrag, der die aktuelle Debatte bereichern und voranbringen soll.

2011, 250 S., ISBN 978-3-7983-2318-6

19,90 €



Stephanie Herold, Benjamin Langer, Julia Lechler (Hrsg.)

Reading the City

Urban Space and Memory in Skopje

The workshop "Reading the city" took place in Skopje in May 2009 and followed the hypothesis that every historical, political, and social development and trend is mirrored in the city's built environment. Cities, accordingly, consist of a multitude of layers of narratives and thus become an image of individual and collective memory. Investigating different sites of the city under this focus, the publication shows, how history is mirrored in the urban space of Skopje today, how it is perceived and constructed, and which historical periods influence the city's current planning discourse.

2010, 153 S., ISBN 978-3-7983-2129-8

13,90 €



Adrian Atkinson, Meriem Chabou, Daniel Karsch (Eds.)

Stratégies pour un Développement Durable Local

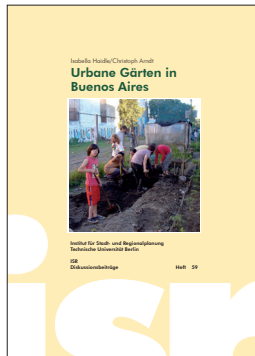
Renouvellement Urbain et Processus de Transformations Informelles

This document contains the output of a conference and action planning workshop that took place in Algiers over five days in early May 2007. The theme of the event was urban renewal with a focus on sustainable development. 62 participants attended the event from 13 countries in the framework of the URDN, sponsored and supported by the École Polytechnique d'Architecture et d'Urbanisme of Algiers. Academics, professionals and government officials from architecture, planning and including the private development sector presented papers and discussed both the technical and institutional issues as to how planning systems and the redevelopment process can be more effective in addressing sustainability issues ranging from the supply of resources, through urban design to concern with appropriate responses to climatic and geographical considerations.

2008, 223 S., ISBN 978-3-7983-2086-4

13,90 €

Diskussionsbeiträge



Nr. 59

Isabella Haidle, Christoph Arndt

Urbane Gärten in Buenos Aires

Im Zuge der Modernisierung und Industrialisierung im letzten Jahrhundert geriet die Praxis des innerstädtischen Gemüseanbaus jedoch weitgehend aus dem Blickfeld der Stadtplanung. In der Realität verschwand sie niemals ganz, sondern bestand informell weiter. Erst die Krisen der Moderne bzw. das Ende des fordistischen Entwicklungsmodells haben weltweit zu einer intensiveren theoretischen Beschäftigung mit kleinteiligen, vor Ort organisierten, informellen Praxen geführt. Die Interaktion der GärtnerInnen mit der Stadtentwicklung und Stadtplanung rückt seit einigen Jahren ins Zentrum des Interesses. Die AutorInnen versuchen zwischen der Planung und den Ideen der GärtnerInnen zu vermitteln, indem sie mögliche Potenziale und Defizite der einzelnen Projekte aufzeigen und Unterstützungsmöglichkeiten formulieren.

2007, 204 S., ISBN 978-3-7983-2053-6

15,90 €



Nr. 58

Guido Spars (Hrsg.)

Wohnungsmarktentwicklung Deutschland

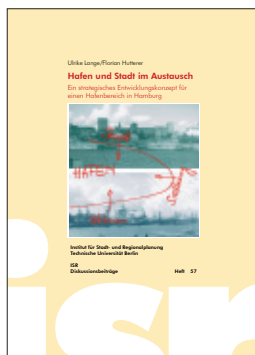
Trends, Segmente, Instrumente

Die Wohnungsmarktentwicklung in Deutschland ist zunehmend von Ausdifferenzierungsprozessen auf der Nachfrage- und der Angebotsseite geprägt. Die Teilmärkte entwickeln sich höchst unterschiedlich. Die Parallelität von Schrumpfung und Wachstum einzelner Segmente z.B. aufgrund > regionaler Bevölkerungsgewinne und -verluste, > der Überalterung der Gesellschaft, > der Vereinzelung und Heterogenisierung von Nachfragern, > des wachsenden Interesses internationaler Kapitalanleger stellen neue Anforderungen an die Stadt- und Wohnungspolitik, an die Wohnungsunternehmen und Investoren und ebenso an die wissenschaftliche Begleitung dieser Prozesse.

Mit Beiträgen von Thomas Hafner, Nancy Häusel, Tobias Just, Frank Jost, Anke Bergner, Christian Strauß, u.a.

2006, 313 S., ISBN 3 7983 2016 0

13,90 €



Nr. 57

Ulrike Lange/Florian Hutterer

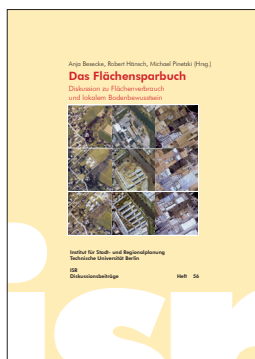
Hafen und Stadt im Austausch

Ein strategisches Entwicklungskonzept für eine Hafenbereich in Hamburg

In den zentral gelegenen Hafenbereichen von Hamburg hat in den letzten Jahren ein Umwandlungsprozess eingesetzt, der noch immer andauert. Allgemein zurückgehende Investitionstätigkeit und die unsichere wirtschaftliche Entwicklung, sowie räumliche Besonderheiten des Ortes lassen Zweifel aufkommen, ob die viel praktizierte Masterplanung für eine Entwicklung der Hafenbereiche am südlichen Elbufer geeignet ist. Die vorliegende Arbeit schlägt daher eine Strategie der Nadelstiche vor. Für die Umstrukturierung dieses Hafenbereichs soll eine Herangehensweise angewendet werden, die sich die sukzessiven Wachstumsprozesse einer Stadt zu eigen macht. Durch Projekte als Initialzündungen und ausgewählte räumliche Vorgaben soll unter Einbeziehung wichtiger Akteure ein Prozess in Gang gebracht und geleitet werden, der flexibel auf wirtschaftliche, soziale und räumlich-strukturelle Veränderungen reagieren kann.

2006, 129 S., ISBN 978-3-7983-2016-1

15,90 €



Nr. 56

Anja Besecke, Robert Hänsch, Michael Pinetzi (Hrsg.)

Das Flächensparbuch

Diskussion zu Flächenverbrauch und lokalem Bodenbewusstsein

Brauchen wir ein „Flächensparbuch“, wenn in Deutschland die Wirtschafts- und Bevölkerungsentwicklung stagniert oder sogar rückläufig ist? Ja, denn trotz Stagnation der Wirtschafts- und Bevölkerungsentwicklung wächst die Inanspruchnahme von Flächen für Siedlungs- und Verkehrszwecke. Dies läuft dem Ziel zu einem schonenden und sparsamen Umgang mit der Ressource Boden und damit dem Leitbild einer nachhaltigen Siedlungsentwicklung entgegen. Das Gut „Fläche“ ist vielseitigen Nutzungsansprüchen ausgesetzt und dessen Inanspruchnahme ist aufgrund divergierender Interessen häufig ein Streitthema. Dieser Sammelband soll die aktuelle Diskussion aufzeigen, die auf dem Weg zu einer Reduktion der Flächenneuinanspruchnahme von den verschiedenen Akteuren geprägt wird. Dabei reicht der Blick von der Bundespolitik bis zur kommunalen Ebene und von der wissenschaftlichen Theorie bis zur planerischen Praxis.

2005, 207 S., ISBN 3 7983 1994 4

15,90 €



Nr. 31

Jan Abt, Claudia Hillmann (Hrsg.)

Kinder- und Jugendinteressen in der räumlichen Planung **Das neue Planungsinstrument „Spieleitplanung“ am Beispiel von Berlin**

Das neue strategische Instrument der „Spieleitplanung“ schafft die planerische Grundlage, um kinder- und jugendfreundliche urbane Räume zu gestalten. Doch auf breitem Feld durchzusetzen, konnte sich dieser Ansatz in der Praxis trotz seiner Vorzüge bisher noch nicht.

Die vorliegende Arbeit zeigt den Einsatz der Spieleitplanung an einem konkreten Fallbeispiel auf. Er dokumentiert erstmals die Vorgehensweise und die Erfahrungen des Verfahrens transparent. Damit soll er eine Anregung und eine Grundlage für eigene Spieleitplanungen und mehr Kinderfreundlichkeit deutscher Städte sein.

2011, 291 S., ISBN 978-3-7983-2335-3

kostenloser download unter www.isr.tu-berlin.de



Nr. 30

Lukas Foljanty

Der Verkehrsknoten Steglitz – Bierpinsel • U-Bahnhof **Schloßstraße • Joachim-Tiburtius-Brücke** **Das Erstlingswerk von Ralf Schüler und Ursulina Schüler-Witte**

Der Bierpinsel ist eines der ungewöhnlichsten Gebäude Berlins: Durch Form, Farbe und Lage im Stadtbild kaum zu übersehen und dennoch auf der kunstgeschichtlichen Landkarte der Stadt kaum wahrgenommen. Die hier vorliegende Arbeit nimmt sich dieses Desiderates an und zeichnet die Entstehungs- und Entwurfsgeschichte der Anlage anhand der Gestaltungsstudien der Architekten nach. Anschließend wird eine denkmalpflegerische Bewertung vorgenommen, mit der versucht wird, einen wissenschaftlichen Beitrag zur Debatte um Wert und Wertschöpfung eines Bauwerks der 1970er-Jahre zu leisten.

2011, 92 S., ISBN 978-3-7983-2282-0

kostenloser download unter www.isr.tu-berlin.de



Nr. 29

Nikolai Roskamm, Ursula Flecken (Hrsg.)

Fly over Bierpinsel: Post-Oil-City-Megastructure-Designing **Urban Design Workshop 2010**

Die Idee ist es, am Ort des Berliner „Bierpinsel“ zwei unterschiedliche Perspektiven auf die Stadt zusammenzubringen: Zum einen die gebaute Megastruktur Bierpinsel/Flyover aus den frühen 1970er Jahren, die nicht nur ein Symbol einer auf Funktions- und Verkehrstrennung fokussierenden Planung darstellt, sondern auch Ausdruck eines noch ungetrübten Zukunftsoptimismus ist, mit dem sämtliche gesellschaftlichen Probleme als grundsätzlich durch Planung und Technik lösbar betrachtet wurden und Fortschritt und Ressourcen als unbegrenzt verfügbar erschienen. Zum anderen die mit dem Begriff „Post-Oil-City“ in den Blick genommene ökologische Debatte über die Zukunft der Stadt, die mit den Diskussionen zur „Nachhaltigkeit“ und dem „Klimawandel“ auch und vor allem dort dominant geworden ist, wo über Themen wie Stadtentwicklung und Stadtplanung verhandelt wird.

2010, 32 S., ISBN 978-3-7983-2281-3

kostenloser download unter www.isr.tu-berlin.de



Nr. 28

Birgit Peseke, Annkathrin Roscheck

Der Weg in die Zukunft – Energetische Stadtplanung **Am Beispiel des ehemaligen Straßenbahndepots an der Heinrich-Mann-Allee in Potsdam**

Die Stadtplanung steht vor neuen Herausforderungen: Der Klimawandel und seine Folgen sowie der verstärkte Schutz der Umwelt gewinnen wieder an Aktualität und Brisanz. Zudem zwingen steigender Energiebedarf und -verbrauch, einhergehend mit knapper werdenden fossilen Energieressourcen, zum Umdenken und der Anwendung umweltfreundlicherer Technologien.

Alternative Energieerzeugung sowie effizienterer Energienutzung im Städtebau gilt es auszuschöpfen, um eine Reduktion des fossilen Rohstoffbedarfs und somit auch des CO₂-Ausstoß zu erzielen. Hier liegen die Chancen für eine nachhaltige, ökologische Stadtentwicklung.

2010, 222 S., ISBN 978-3-7983-2206-6

kostenloser download unter www.isr.tu-berlin.de

Jahrbuch Stadterneuerung



2011

Stadterneuerung und Festivalisierung

Seit zwei Jahrzehnten wird das Thema der Festivalisierung der Stadtplanung und der Stadterneuerung kontrovers diskutiert. Kleine und große Festivals und diverse Veranstaltungen unterschiedlichen Formats sind weiter en vogue, und derartige Events werden gezielt als strategisches Instrument der Stadtpolitik eingesetzt. Auch in den letzten Jahren spielen sie als Internationale Bauausstellungen, Gartenschauen und ähnliche Ereignisse für Stadtumbau und Stadterneuerung eine besondere Rolle. Anlass genug, dieses Thema – inzwischen durchgängig Gegenstand von Stadtforschung und Planungstheorie – in diesem Jahrbuch Stadterneuerung schwerpunktmäßig aufzunehmen und in den einzelnen Beiträgen aus verschiedenen Perspektiven kritisch zu reflektieren. Daneben werden auch in diesem Jahrbuch neben dem Schwerpunktthema Lehre und Forschung theoretische und historische Aspekte der Stadterneuerung sowie auch Praxen im In- und Ausland in den Beiträgen thematisiert.

2011, 378 S., ISBN 978-3-7983-2339-1

20,90 €



2010

Infrastrukturen und Stadtumbau

Das Jahrbuch Stadterneuerung 2010 beinhaltet in diesem Jahr den Schwerpunkt „Soziale und technische Infrastruktur im Wandel“. Die Rahmenbedingungen, der Stellenwert und der Zusammenhang von Infrastruktur und Stadterneuerung haben sich in den letzten Jahren gravierend verändert. Schrumpfende Städte, Rückbau, kommunale Haushaltsprobleme und der Niedergang sowie die Schließung von Einrichtungen, die in früheren Stadterneuerungsphasen mit öffentlichen Mitteln gefördert wurden, machen eine Neubewertung und eine differenzierte Bestandsaufnahme erforderlich, um neue Herausforderungen zu reflektieren. Vor dem Hintergrund des demographischen Wandels sind „bewährte“ Strukturen für Bemessung, Bau, Betrieb und Nutzung von Infrastrukturen im Kontext des Stadtumbaus in Frage gestellt. Neben diesem Schwerpunktthema werden Lehre und Forschung, theoretische und historische Aspekte der Stadterneuerung sowie auch neue Praxen im In- und Ausland in den Beiträgen thematisiert.

2010, 376 S., ISBN 978-3-7983-2230-1

20,90 €



2009

Megacities und Stadterneuerung

Das Jahrbuch Stadterneuerung 2009 widmet sich dem Schwerpunkt Stadterneuerung und Stadtumbau in den rasch wachsenden Metropolen des Südens. Die wachsende Wohnungsnot, Elendsviertelentwicklung, Verkehrschaos, Umweltprobleme und Klimaschutz erfordern ein Umdenken und machen prekäre globale Abhängigkeiten auch für die „Erste Welt“ deutlich.

Die Beiträge in diesem Band beziehen sich neben theoretischen und historischen Aspekten der Stadterneuerung vor allem auf Einordnungen, Fallstudien und Handlungsansätze von Mega-Städten vor dem Hintergrund sehr unterschiedlicher Problemlagen und Akteurskonstellationen. Bisherige Muster und „bewährte“ Konzepte der Stadterneuerung und des Stadtumbaus werden durch die epochale Krise in Frage gestellt, und es gilt stärker denn je nach innovativen Konzepten der Bestandsentwicklungspolitik zu suchen, mit denen auf die weltweiten komplexen Herausforderungen reagiert werden kann. „Yes, we can?“

2009, 343 S., ISBN 978-3-7983-2134-2

18,90 €



2008

Aufwertung im Stadtumbau

Stadtumbau wird häufig verkürzt mit Rückbau und Wohnungsabrissen gleichgesetzt. Dabei kann ein bedarfsgerechter Umbau im Bestand durchaus mit einer Aufwertung einhergehen, die im Stadtumbau eine völlig andere Richtung als etwa in der behutsamen Stadterneuerung einschlagen. Insbesondere in Neubaugebieten, die durch rückbaubedingte Auflöckerung gekennzeichnet sind, stellt sich die Frage, ob Aufwertung mehr bedeuten kann als die Herstellung besonders pflegeleichter und vielgestaltiger Freiflächen. Schon der Versuch, in den von Abwanderung betroffenen Quartieren den sozialen Zusammenhalt zu bewahren, stellt große Anforderungen an das Repertoire des Stadtumbaus. Häufig wird durch künstlerische Interventionen versucht, auf die grundlegenden Veränderungen im städtischen Zusammenleben hinzuweisen und zum Nachdenken anzuregen. Vor diesem Hintergrund wendet sich der Schwerpunkt dieses Bands an verschiedenen Stellen auch der Frage zu, welche Beiträge Kunst im Stadtumbau leisten kann.

2008, 462 S., ISBN 978-3-7983-2090-1

21,90 €

Portrait des Instituts für Stadt- und Regionalplanung

Menschen beanspruchen in sehr unterschiedlicher Art und Weise ihren Lebensraum. Die damit verbundenen Auseinandersetzungen um verschiedene Nutzungsansprüche an den Boden, die Natur, Gebäude, Anlagen oder Finanzmittel schaffen Anlass und Arbeitsfelder für die Stadt- und Regionalplanung. Das Institut für Stadt- und Regionalplanung (ISR) an der Technischen Universität Berlin ist mit Forschung und Lehre in diesem Spannungsfeld tätig.

Institut

Das 1974 gegründete Institut setzt sich heute aus sieben Fachgebieten zusammen: Bestandsentwicklung und Erneuerung von Siedlungseinheiten, Bau- und Planungsrecht, Denkmalpflege, Orts-, Regional- und Landesplanung, Planungstheorie, Städtebau- und Siedlungswesen sowie Stadt- und Regionalökonomie. Gemeinsam mit weiteren Fachgebieten der Fakultät VI Planen Bauen Umwelt verantwortet das Institut die Studiengänge Stadt- und Regionalplanung, Urban Design, Real Estate Management und Urban Management.

Mit dem Informations- und Projektzentrum hat das ISR eine zentrale Koordinierungseinrichtung, in der die Publikationsstelle und eine kleine Bibliothek, u.a. mit studentischen Abschlussarbeiten angesiedelt sind. Der Kartographieverbund im Institut pflegt einen großen Bestand an digitalen und analogen Karten, die der gesamten Fakultät zur Verfügung stehen.

Studium

Stadt- und Regionalplanung an der Technischen Universität Berlin ist ein interdisziplinärer und prozessorientierter Bachelor- und Masterstudiengang. Die Studierenden lernen, bezogen auf Planungsräume unterschiedlicher Größe (vom Einzelgrundstück bis zu länderübergreifenden Geltungsbereichen), planerische, städtebauliche, gestalterische, (kultur-)historische, rechtliche, soziale, wirtschaftliche und ökologische Zusammenhänge zu erfassen, in einem Abwägungsprozess zu bewerten und vor dem Hintergrund neuer Anforderungen Nutzungs- und Gestaltungskonzepte zu entwickeln.

Traditionell profiliert sich das Bachelor-Studium der Stadt- und Regionalplanung an der TU Berlin durch eine besondere Betonung des Projektstudiums. Im zweijährigen konsekutiven Masterstudiengang können die Studierenden ihr Wissen in fünf Schwerpunkten vertiefen: Städtebau und Wohnungswesen, Bestandsentwicklung und Erneuerung von Siedlungseinheiten, örtliche und regionale Gesamtplanung, Raumplanung im internationalen Kontext oder Stadt- und Regionalforschung.

Internationale Kooperationen, unter anderem mit China, Italien, Polen, Rumänien und dem Iran, werden für interdisziplinäre Studien- und Forschungsprojekte genutzt.

Forschung

Das Institut für Stadt- und Regionalplanung zeichnet sich durch eine breite Forschungstätigkeit der Fachgebiete aus. Ein bedeutender Anteil der Forschung ist fremdfinanziert (sog. Drittmittel). Auftraggeber der Drittmittelprojekte sind die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG), die Europäische Kommission, Ministerien und deren Forschungsabteilungen, Bundesländer, Kommunen, Stiftungen und Verbände sowie in Einzelfällen Unternehmen. Eine weitere wichtige Forschungsleistung des Instituts sind Dissertationen und Habilitationen.

Die Ergebnisse der Forschungsprojekte fließen sowohl methodisch als auch inhaltlich in die Lehre ein. Eine profilgestaltende Beziehung zwischen Forschungsaktivitäten und Studium ist durch den eigenen Studienschwerpunkt „Stadt- und Regionalforschung“ im Master vorgesehen.

Sowohl über Forschungs- als auch über Studienprojekte bestehen enge Kooperationen und institutionelle Verbindungen mit Kommunen und Regionen wie auch mit anderen universitären oder außeruniversitären wissenschaftlichen Einrichtungen.

Weitere Informationen über das ISR finden Sie auf der Homepage des Instituts unter: <http://www.isr.tu-berlin.de/> und in dem regelmäßig erscheinenden „ereignIS.Reich“, das Sie kostenlos per Mail oder Post beziehen können.